

修 士 論 文

モノクロ写真のカラー化技術を用いた  
メディアと読者の対話を促すコンテンツ制作の研究

平成30年度

指導教員 楠見清

(17893532)

與那覇 里子

首都大学東京大学院  
システムデザイン研究科 博士前期課程  
インダストリアルアート学域

提出日：2019年1月31日

# モノクロ写真のカラー化技術を用いたメディアと読者の対話を促す コンテンツ制作の研究

## 要旨

本研究の目的は、幅広い読者に沖縄のニュースへの理解を促すことである。

近年、ニュースが読まれるメディアが紙からネットに移行していることにより、新聞の購読者は減少している。そのため、新聞を読まない人たちにもニュースに興味・関心を持ってもらうことが望まれる。

ただし、新聞の表現のままだと、ネットでは読まれにくいと推測される。さらに、地方の情報を全国に発信できるようになったが、個人のもつ社会的背景の相違からディスコミュニケーションが生まれやすい。そこで、本研究では、ディスコミュニケーションを解決し、読者の興味・関心を引くため、沖縄戦前後のモノクロ写真をAIでカラー化する。

それを基に新たな知見を掘り起こし、地方の情報をより正確に伝えるため、当時を生きた人へのインタビューとフィールドワークをし、コンテンツを制作、クロスメディアで発信する。次に、カラー化した戦後の報道写真の展示会を沖縄で企画・実施し、コンテンツとしてネットで発信する。

結果、コンテンツは全国的に読まれた。読者が沖縄のニュースに興味を持つこともできた。

インタビューやフィールドワークから、当時の状況を浮かび上がらせ、個々人の持つ知識のギャップを埋めることができ、読者は前向きな感想を吐き、意見を交換し合うなど、対話も促進された。また、メディア側には、過去の写真を活用し、取材・制作したコンテンツを歴史的な節目の日に主要ニュースとして扱う取り組みも生まれた。

メディアの総接触時間は、テレビや新聞などのオールドメディアで減少する一方、携帯電話やスマートフォンは大幅に増加している。ニュースを得る手段も新聞からミドルメディアに移り変わり、地方紙もネットを通して全国に配信できるようになった。

しかし、筆者が働く沖縄タイムスでは、ネットで新聞紙面を模した表現のニュースは読まれにくい。背景には、メディアのインターフェースが異なること、沖縄特有の言葉や地名を使用している場合、文脈が分からないことがある。

また、ソーシャルメディアでは、インタラクティブなコミュニケーションが可能になっ

たものの、同じ情報を共有しても「ディスコミュニケーション」が顕著に現れる。課題として個人のもつ社会的背景の相違やそれに起因する意味世界の違いが挙げられる。

そこで、読者の興味・関心を引き、沖縄のニュースへの理解を促すコンテンツを制作する。その手法として、本研究では、飯塚らが開発した“AI”技術を活用し、モノクロ写真をカラー化する。

ウェブジャーナリズムの頂点を決める「ジャーナリズム・イノベーション・アワード」において、オールドメディアの制作したコンテンツの多くが、イマーシブ（没頭型）コンテンツだった。動画、インフォグラフィック、取材を元にしたテキストなどで構成される。エンジニア、デザイナー、記者が連携し、数か月かけて制作する。だが、費用、時間、技術、人力がかかるため、容易に制作できるものではない。

そこで、飯塚らの開発した技術は、次のメリットがあるため、活用することとした。

1. 扱いが簡単で、非エンジニアにもコンテンツが容易に作成できる
2. 新聞社が保持している写真を活用できる
3. 白黒がカラーになることで、視覚的に興味関心を引くことができる

以上から、次の2つのコンテンツを制作する。

#### I. 戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ制作

沖縄のニュースへの理解を促すためのトリガーとして、1935年の写真をカラー化する。個々人の持つ意味世界が形成されていない時代の写真であれば、ディスコミュニケーションが生まれにくいと筆者は推測する。

写真は、朝日新聞社に残る写真を活用する。戦前の市井の暮らしぶりは資料が少なく、知られていない。新たな知見を掘り起こすため、当時を生きていた人たちにインタビューを行うことにした。

（1）写真の中で、不明なモノ、例えば農産物など（2）撮影場所（3）カラー化した写真と実際の色の違いを主に聞く。朝日新聞と沖縄タイムスの新聞紙面と各ホームページ、ミドルメディア、ソーシャルメディアで発信する。

SNS 上では「カラー化した写真のおかげで人々と繋がれて当時を知る人が記憶をたどれた」などの意見を得ることができた。ソーシャル上での対話も生まれた。

この結果から、筆者は幅広い読者に沖縄のニュースへの理解を促すことができたと考える。



また、6月23日の慰霊の日、朝日新聞と沖縄タイムスは、制作したコンテンツを新聞の1面トップで扱った。沖縄戦と直接的なつながりのある内容ではないものの、既存の紙面の体裁から逸脱していたことから、歴史的な節目の日により主要ニュースとして発信された。

## II. 戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展の実施

新聞社に残る戦後沖縄の白黒写真の中から、象徴的な出来事をピックアップし、厳選した70枚をカラー化する。沖縄で写真展を開催、展示し、リアルな場所での“偶発的”な対話を生む機会をつくるほか、来場者から新たな知見を掘り起こし、コンテンツを制作する。

写真展には、個人が所有する白黒写真を持参してもらい、その場でカラー化する試みもする。許可が得られたものについては、ソーシャル上で紹介する。

写真展には、5日間で2300人以上が来場した。会場では、写真を指差しながら当時の出来事を話し込む様子が見られた。

個人所有の白黒写真は、1日100人以上からカラー化の依頼があった。額に入った身内の遺影を来場者に見えるように両手で持ち、展示会場に入ってきた男性をはじめ、色をつけるとその場で涙を流す来場者も多くいた。家族や親族が写る写真が多く、「仏壇に飾ります」「痴呆症の母に見せたら記憶がよみがえるかもしれない」という声が聞かれた。

SNS上では、AI技術が実際の色と異なる色を付けていることを教えてくれたコメントもあった。筆者はソーシャルメディアでのやりとりと取材を重ね、コンテンツとして発表した。

写真展の実施は、来場者だけでなく、SNSでも前向きな対話を促すことができた。ディスコミュニケーションは見受けられなかった。また、個人写真のカラー化の取り組みは、それぞれの心の中で今はなき人たちとの対話も生まれたと考える。

本研究の貢献は、幅広い読者に筆者が拠点を置く沖縄のローカルニュースに興味・関心を持ってもらうことを目指してコンテンツを制作し、その有効性を示したことである。

本研究の表現手法は、ニュースが読まれる媒体がメディアからネットに移行している現状において、メディアと読者の対話を促す一助となると考えられる。



## **Contents production enhancing dialogue between media and newspaper's readers through AI monochrome photographic colorization technology**

### **Summary**

The aim of this research is to encourage readers of newspaper to understand Okinawa news. In recent years, the number of subscribers of newspapers is decreasing as readers are shifting to gather information from newspapers to net media.

However, since articles of newspaper and post them to website as they are. Readers are not just interested in articles written in newspaper. In other words, in net media to be read, articles written in newspapers are needing to be re-edited.

In addition, it tends to be born discommunication from differences in social backgrounds of individuals. Therefore, this research, in order to solve miscommunication and to attract draw attention and interest of readers, colorized monochrome photos before and after the war of Okinawa with the AI.

To spread detailed local information, fieldworking and interviewing people who lived those era. Producing contents, distributing those information through crossmedia. Planning and implementing an exhibition of colored postwar press photographs in Okinawa and disseminate them on the net as contents. As a result, in these efforts, readers were interested in the news of Okinawa and the contents were read nationwide

By interviewing, filling the gaps of knowledge of individuals, readers gave positive feedback, exchanged views, and dialogue was also promoted. In addition, on the media side, efforts were also made to utilize past photographs to treat the contents collected and produced as major news on the historical milestone day.

## 目次

要旨 .....	i
Summary.....	iv
1 序論.....	1
1.1 本研究の概要.....	1
1.2 背景.....	4
1.2.1 ネットの登場で変化したニュースへの接触状況 .....	4
1.2.2 変わるニュースの流通経路.....	6
1.2.3 地方のニュースが全国へ.....	7
1.2.4 読まれるニュース, 読まれないニュース .....	8
1.2.5 ソーシャルメディアのコミュニケーション .....	11
1.3 本研究の目的.....	13
1.4 本論文の構成.....	13
2. 先行研究・課題.....	14
2.1 朝日新聞「築地 時代の台所」 .....	14
2.2 日本経済新聞「データディスカバリー」 .....	15
2.3 読売新聞「検証・戦争責任」 .....	16
2.4 西日本新聞「熊本地震 IT で『見る』現場」 .....	17
2.5 沖縄戦デジタルアーカイブ .....	18
2.6 本研究の方針と課題.....	20
3. 戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ制作.....	22
3.1 概要と目的.....	22
3.2 先行事例.....	22
3.2.1 白黒写真を活用したコンテンツ .....	22

3.2.2	モノクロ写真のカラー化についての取り組み .....	24
3.3	手法 .....	24
3.3.1	モノクロ写真の選定とカラー化 .....	24
3.3.2	インタビュー .....	26
3.3.3	フィールドワーク .....	27
3.3.4	コンテンツ制作とクロスメディアでの発信 .....	27
3.4	結果 .....	27
3.4.1	色付け写真を元に取材を始める紹介記事について .....	27
3.4.2	那覇市場の写真についてのコンテンツ .....	30
3.4.2	傘を差すセーラー服の女学生 .....	39
3.5	成果 .....	46
3.5.1	制作したコンテンツと読者からの評価と分析 .....	46
3.5.2	新聞社のコンテンツの扱いの変化 .....	52
3.6	本章の結論 .....	53
3.7	今後の展望 .....	54
4.	戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展の実施 .....	55
4.1	概要と目的 .....	55
4.2	手法 .....	56
4.2.1	写真展の企画 .....	56
4.2.2	モノクロ写真の選定, カラー化 .....	57
4.2.3	個人所有のモノクロ写真のカラー化 .....	59
4.2.4	インタビューとクロスメディアでの発信 .....	60
4.3	結果 .....	60
4.3.1	写真展の反応について .....	60



4.3.2 個人のモノクロ写真のカラー化における反応について .....	64
4.4 制作したコンテンツとユーザーの評価と分析.....	75
4.5 本章の結論.....	80
4.6 今後の展望.....	80
5. まとめ .....	82
5.1 本研究の結論.....	82
5.2 今後の課題と展望.....	83
5.2.1 本研究について.....	83
5.2.2 コンテンツを通して対話を促す仕掛け作りについて .....	83
謝辞 .....	85
参考文献 .....	86

# 1 序論

本章では、本研究の概要、背景と目的について述べ、本論文の構成について説明する。

## 1.1 本研究の概要

本研究の目的は、幅広い読者に沖縄のニュースへの理解を促すことである。

近年、ニュースが読まれるメディアが紙からネットに移行していることにより、新聞の購読者は減少している。そのため、新聞を読まない人たちにもニュースに興味・関心を持ってもらうことが望まれる。

ただし、新聞の表現のままだと、ネットでは読まれにくいと推測される。さらに、地方の情報を全国に発信できるようになったが、個人のもつ社会的背景の相違からディスコミュニケーションが生まれやすい。そこで、本研究では、ディスコミュニケーションを解決し、読者の興味・関心を引くため、沖縄戦前後のモノクロ写真をAIでカラー化する。

それを基に新たな知見を掘り起こし、地方の情報をより正確に伝えるため、当時を生きた人へのインタビューとフィールドワークをし、コンテンツを制作、クロスメディアで発信する。次に、カラー化した戦後の報道写真の展示会を沖縄で企画・実施し、コンテンツとしてネットで発信する。

結果、コンテンツは全国的に読まれた。読者が沖縄のニュースに興味を持つこともできた。

インタビューやフィールドワークから、当時の状況を浮かび上がらせ、個々人の持つ知識のギャップを埋めることができ、読者は前向きな感想を吐き、意見を交換し合うなど、対話も促進された。また、メディア側には、過去の写真を活用し、取材・制作したコンテンツを歴史的な節目の日に主要ニュースとして扱う取り組みも生まれた。

メディアの総接触時間は、テレビや新聞などのオールドメディアで減少する一方、携帯電話やスマートフォンは大幅に増加している。ニュースを得る手段も新聞からミドルメディアに移り変わり、地方紙もネットを通して全国に配信できるようになった。

しかし、筆者が働く沖縄タイムスでは、ネットで新聞紙面を模した表現のニュースは読まれにくい。背景には、メディアのインターフェースが異なること、沖縄特有の言葉や地名を使用している場合、文脈が分からないことがある。

また、ソーシャルメディアでは、インタラクティブなコミュニケーションが可能になったものの、同じ情報を共有しても「ディスコミュニケーション」が顕著に現れる。課題として個人のもつ社会的背景の相違やそれに起因する意味世界の違いが挙げられる。

そこで、読者の興味・関心を引き、沖縄のニュースへの理解を促すコンテンツを制作する。その手法として、本研究では、飯塚らが開発した“AI”技術を活用し、モノクロ写真をカラー化する。

ウェブジャーナリズムの頂点を決める「ジャーナリズム・イノベーション・アワード」において、オールドメディアの制作したコンテンツの多くが、イマーシブ（没頭型）コンテンツだった。動画、インフォグラフィック、取材を元にしたテキストなどで構成される。エンジニア、デザイナー、記者が連携し、数か月かけて制作する。だが、費用、時間、技術、人力がかかるため、容易に制作できるものではない。

そこで、飯塚らの開発した技術は、次のメリットがあるため、活用することとした。

1. 扱いが簡単で、非エンジニアにもコンテンツが容易に作成できる
2. 新聞社が保持している写真を活用できる
3. 白黒がカラーになることで、視覚的に興味関心を引くことができる

以上から、次の2つのコンテンツを制作する。

#### I. 戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ制作

沖縄のニュースへの理解を促すためのトリガーとして、1935年の写真をカラー化する。個々人の持つ意味世界が形成されていない時代の写真であれば、ディスコミュニケーションが生まれにくいと筆者は推測する。

写真は、朝日新聞社に残る写真を活用する。戦前の市井の暮らしぶりは資料が少なく、知られていない。新たな知見を掘り起こすため、当時を生きていた人たちにインタビューを行うことにした。

（1）写真の中で、不明なモノ、例えば農産物など（2）撮影場所（3）カラー化した写真と実際の色の違いを主に聞く。朝日新聞と沖縄タイムスの新聞紙面と各ホームページ、ミドルメディア、ソーシャルメディアで発信する。

SNS 上では「カラー化した写真のおかげで人々と繋がれて当時を知る人が記憶をたどれた」などの意見を得ることができた。ソーシャル上での対話も生まれた。

この結果から、筆者は幅広い読者に沖縄のニュースへの理解を促すことができたと考え



る。

また、6月23日の慰霊の日、朝日新聞と沖縄タイムスは、制作したコンテンツを新聞の1面トップで扱った。沖縄戦と直接的なつながりのある内容ではないものの、既存の紙面の体裁から逸脱していたことから、歴史的な節目の日に主要ニュースとして発信された。

## II. 戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展の実施

新聞社に残る戦後沖縄の白黒写真の中から、象徴的な出来事をピックアップし、厳選した70枚をカラー化する。沖縄で写真展を開催、展示し、リアルな場所での“偶発的”な対話を生む機会をつくるほか、来場者から新たな知見を掘り起こし、コンテンツを制作する。

写真展には、個人が所有する白黒写真を持参してもらい、その場でカラー化する試みもする。許可が得られたものについては、ソーシャル上で紹介する。

写真展には、5日間で2300人以上が来場した。会場では、写真を指差しながら当時の出来事を話し込む様子が見られた。

個人所有の白黒写真は、1日100人以上からカラー化の依頼があった。額に入った身内の遺影を来場者に見えるように両手で持ち、展示会場に入ってきた男性をはじめ、色をつけるとその場で涙を流す来場者も多くいた。家族や親族が写る写真が多く、「仏壇に飾ります」「痴呆症の母に見せたら記憶がよみがえるかもしれない」という声が聞かれた。

SNS上では、AI技術が実際の色と異なる色を付けていることを教えてくれたコメントもあった。筆者はソーシャルメディアでのやりとりと取材を重ね、コンテンツとして発表した。

写真展の実施は、来場者だけでなく、SNSでも前向きな対話を促すことができた。ディスコミュニケーションは見受けられなかった。また、個人写真のカラー化の取り組みは、それぞれの心の中で今はなき人たちとの対話も生まれたと考える。

本研究の貢献は、幅広い読者に筆者が拠点を置く沖縄のローカルニュースに興味・関心を持ってもらうことを目指してコンテンツを制作し、その有効性を示したことである。

本研究の表現手法は、ニュースが読まれる媒体がメディアからネットに移行している現状において、メディアと読者の対話を促す一助となると考えられる。

## 1.2 背景

本節では、インターネットの登場で起きた情報接触やニュースの流通経路の変化，地方からの発信についての調査を行う．また，メディアと読者の SNS の現状についてもまとめ，本研究で作成するコンテンツの方針を固める．

### 1.2.1 ネットの登場で変化したニュースへの接触状況

ネット登場以前，新聞の戸別配達，ニュースの流通網として大きな役割を担ってきた．

日本新聞協会の調査<sup>1</sup>（図1）によると，2006年の発行部数は5231万478部だった．だが，2018年には3990万1576部となり，初めて4000万部を割り込んだ．06～18年の12年間でみると1240万8902部減となり，大幅に減少した．

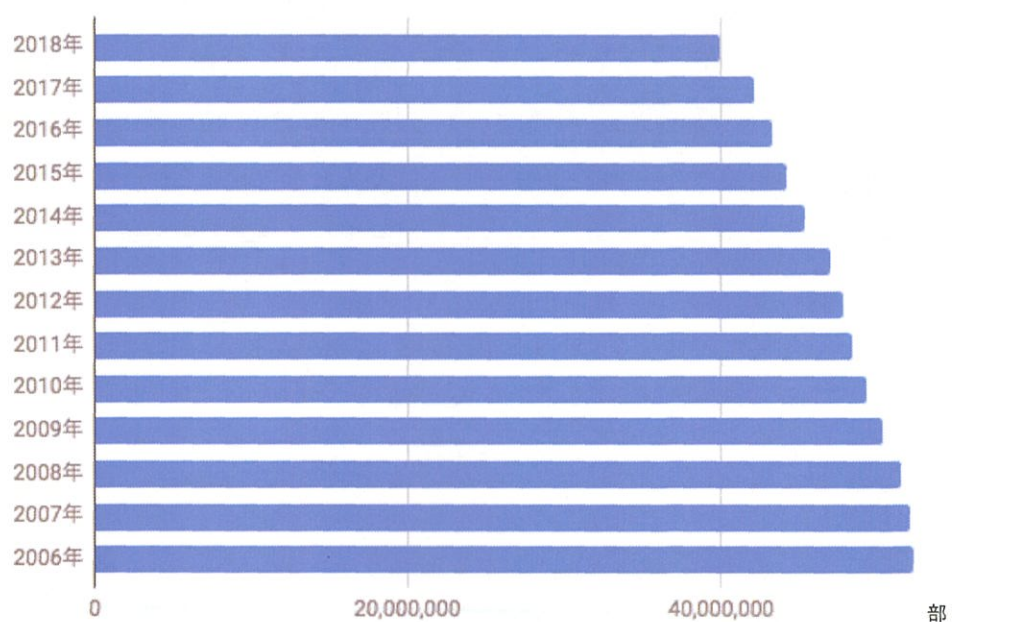


図1 新聞の発行部数（出典元 [1]「日本新聞協会」）

しかし、インターネットが登場し，人々のニュースへの接触状況は大きく変わった．

<sup>1</sup> <https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>



総務省が「テキストでニュースを得る手段」について調査したところ（図2），2016年，ポータルサイトやキュレーションサービスによるネットでのニュース配信が紙の新聞を初めて上回った。 [2]

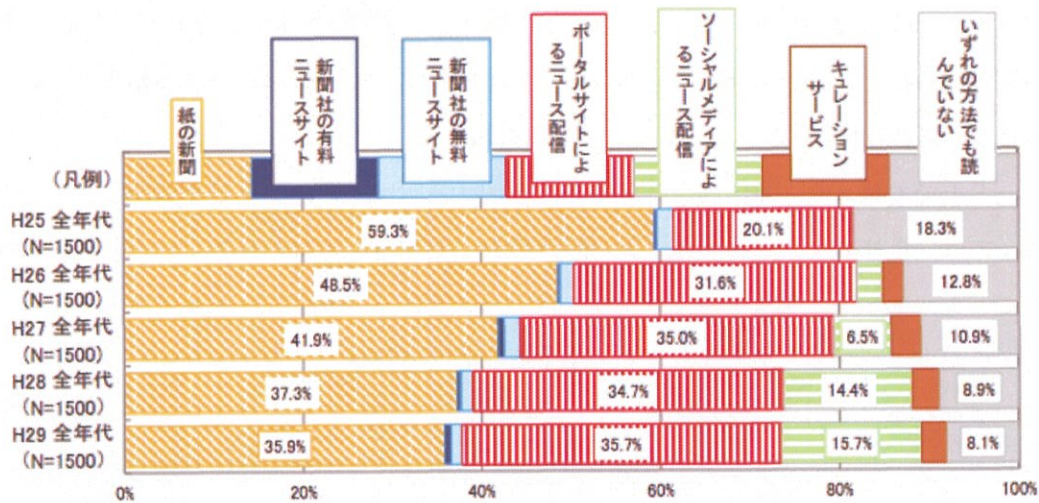


図2 経年、最も利用しているテキスト系ニュースサービス（全年代）（出典元 [2]）

2017年には，紙媒体の新聞の割合が56.3%→53.8%と減少し、Yahoo!ニュースなどのポータルサイトによるニュース配信が60.4%→62.3%と増加した（図3） [3]。総務省は「前回調査で順位が逆転した両者の差は一層開く結果となった」と分析している。

このことから，昨今，ニュース接触におけるインターネットの存在感が増していることが分かる。

	紙の新聞	新聞社の有料ニュースサイト	新聞社の無料ニュースサイト	ポータルサイトによるニュース配信	ソーシャルメディアによるニュース配信	キュレーションサービス	いずれの方法でも読んでいない
全年代 (N=1500)	53.8%	3.2%	9.9%	62.3%	33.9%	9.7%	8.1%
10代 (N=139)	17.3%	0.7%	7.9%	53.2%	43.2%	7.2%	23.0%
20代 (N=216)	26.4%	3.7%	11.6%	59.4%	50.5%	16.7%	7.4%
30代 (N=262)	34.7%	4.2%	8.4%	70.6%	46.9%	9.9%	7.6%
40代 (N=321)	56.1%	4.4%	10.9%	74.1%	41.7%	9.7%	6.2%
50代 (N=258)	73.3%	5.0%	14.3%	63.2%	23.6%	9.7%	5.8%
60代 (N=304)	87.5%	0.3%	5.9%	40.8%	6.9%	5.9%	5.9%
男性 (N=757)	55.7%	4.8%	11.1%	64.5%	26.7%	10.2%	7.7%
女性 (N=743)	51.8%	1.6%	8.6%	60.0%	41.2%	9.3%	8.5%

図3 2017年、利用しているテキスト系ニュースサービス（出典元 [3]）



### 1.2.2 変わるニュースの流通経路

ネットの登場は、マスメディア側のニュースの流通経路を大きく変えた。

藤代（2017）によると、Windows 95が発売された1995年、毎日新聞、読売新聞、朝日新聞がインターネットにニュースの配信を始め、1996年、ヤフーがニュースを取り扱うようになったという [4]。2003年ライブドアが参入し、2006年共同通信が地方紙各社とニュースサイトを開設。2012年にスマートニュースが始まり、ニュースピックス、LINE がスタートしている。 [5] [6]

ネット上でのニュース配信の流れについて説明する（図4）。テレビや新聞などのマスメディアは、自社のニュースサイトと自らが取材した記事をヤフーやスマートニュースなどのミドルメディアに配信する。ユーザーは、マスメディアのニュースサイトとミドルメディアで記事を読むことができる。その中で興味のある記事を、ツイッターやフェイスブック、ブログなどのソーシャルメディアで発信する。

一方で、ソーシャルメディア上で個人が発信した書き込みの中で話題となった内容は、ミドルメディアのニュースサイトやまとめサイトなどに上がり、マスメディアが扱うという流れも生まれてきている。

#### デジタルでの記事の流れ

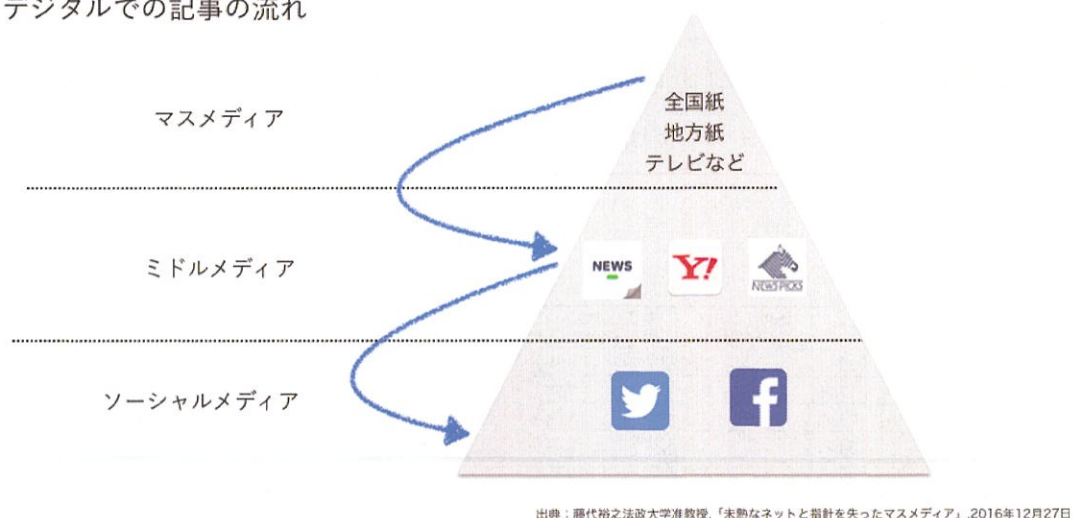


図4 デジタルでの記事の流れ。矢印の逆もある（「未熟なネットと指針を失ったマスメディア」を元に筆者作成）

### 1.2.3 地方のニュースが全国へ

ニュースの流通経路が変化したことで、地方のメディアは、地方のニュースを全国に直接届けることができるようになった。

例えば、新聞において、全国紙に掲載される地方のニュースは各紙が全国に構える支社や支局の記者が取材し、掲載している。また、通信社も全国に記者を配置し、取材した記事を全国の地方紙に配信している。

しかしながら、地方のメディアの代表格「特定の地域を配布基盤とする新聞（小池 1982）」[7]である地方紙は、全国に直接、ニュースを届ける仕組みがなかった。

日本新聞協会には、全国紙は、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、日経新聞、産経新聞の5紙を除いた地方紙と地域紙で98紙が加盟し、地方・地域の新聞社が95%を占める（2018年12月1日時点）[8]。

畑中（2014）[9]は、朝日新聞で論説主幹や代表取締役専務などの枢要なポストを歴任した中馬清福が月刊『ジャーナリズム』で執筆した「地方報道はどうあるべきか」を引用しながら、全国紙と地方紙の記者との違いを次のように説明している。

「全国紙記者は数年で転勤することが多く、地域社会とのしがらみが比較的少ない。このため全国紙の『地方報道』は短期間のうちに地域のニュースをハンティングしては去ってゆく『狩猟型』になると中馬はいう。これに対し、地方紙記者は生涯にわたってその土地に定住することが多く、彼ら彼女らの『地方報道』は定住してニュースの田畑を耕す『農耕型』となるという。狩猟型と農耕型にはそれぞれに強みと弱みがあり、『全国紙と地方紙の共存は読者にとっても極めて有意義である』」

これらのことから、地域に長年根を張り、取材網を持ち、地域の声を代表する紙面づくりを目指す「農耕型」の記事が全国に直接広がれば、土地それぞれの文化や伝統などが機微に伝わり、メディアと読者のコミュニケーションが深まるのではないかと筆者は推測する。

#### 1.2.4 読まれるニュース、読まれないニュース

筆者が11年、執筆や運営に携わる沖縄タイムスでは、ネットでニュースを配信している。しかし、読まれるニュースと読まれないニュースにそれぞれ傾向がある。

地方紙や地方テレビ局などの記事が配信されているポータルサイト「ヤフー」には、地方ニュースのアクセスランキング<sup>2</sup>がある。

2019年1月24日のランキングから上位5位まで（図5）[10]を分析すると、次のようになっている。

ランキングトップ			アクセスランキング	コメントランキング				
ニュース			写真	映像	雑誌	個人		
総合	国内	国際	経済	エンタメ	スポーツ	IT・科学	ライフ	地域
1		コンビニ敷地内で着替える大学生…警官が追跡、別の店舗で多額の現金引き出す 職質で事件発覚、容疑で逮捕 埼玉新聞 - 1/23(水) 22:53						
2		大宮で女性切りつけられ死亡、ビル5階の通路 容疑の男逮捕 同じビル勤務の男性驚き 連行の男うなだれる 埼玉新聞 - 1/23(水) 23:22						
3		コンビニに車が1時間駐車 立腹した経営者、車体に2メートル超の傷つけた容疑で逮捕 神戸新聞NEXT - 1/22(火) 19:45						
4		奈良の病院 救急搬送の「出勤先」を間違える 赤ちゃんは死亡 関西テレビ - 1/23(水) 19:34						
5		千葉県にもバンクシー？ 「見たい」地元で話題 九十九里・片貝漁港 千葉日報オンライン - 1/23(水) 21:22						

図5 地方ニュースアクセスランキング（2019年1月）（引用元 [10]）

1～3位のニュースが事件、4位が事故、5位が話題のニュースだった。

さらに、前年の2018年1月の地方ニュースの上位5位までのランキング（図6）を分析する。

<sup>2</sup> <https://news.yahoo.co.jp/ranking/access?ty=t&c=loc>








総合	国内	国際	経済	エンタメ	スポーツ	IT・科学	ライフ	地域
1	【特集】192人におもちゃ届けず自己破産手続きへ 業者を直撃							
	MBSニュース 1/23(火) 14:54							
2	「あんた、ひき逃げしたやろ」4歳児ひき逃げ、後続車男性が2キロ追跡							
	神戸新聞NEXT 1/22(月) 9:16							
3	バーベキュー中の傷害致死「危険で悪質」実刑判決 神戸地裁							
	神戸新聞NEXT 1/23(火) 12:28							
4	「自分の死後の息子が不安」 父親を送検							
	CBCテレビ 1/24(水) 11:54							
5	予想通り少年院へ 「守れずごめんね」泣き崩れる母 迷惑かけたのは俺なのに…							
	沖縄タイムス 1/20(土) 5:35							

図 6 地方ニュースアクセスランキング（2018年1月）（引用元 [10]）

1位、4位、5位は事件、2位、3位は事故だった。

2018年、2019年の2年間を比較すると、地方のニュースは、事件と事故が圧倒的に読まれていた。

一方で、読まれにくい記事もある。

2016年2月24日付の沖縄タイムスの社会面（図7）に「グソー正月 先祖に願ひ」の見出しで記事があった [11]。

グソー正月とは、沖縄では「あの世の正月」を意味し、一般的に使われる。特に、宮古、八重山地域では学校が休みになるなど、地域文化に根ざした祭りである。

# グソー正月 先祖に願い

【宮古・八重山】後生（グソー）の正月といわれる十六日祭を迎えた23日、県内各地では親族が墓に集まり、家族の安泰を先祖に願った。

旧暦1月16日の行事で、宮古、八重山地域は午後から小中高校も休校に。子どもたちを連れた家族がごちそうを墓前に供え、親族と近況を語り合った。

宮古島市の池間清公さん(52)の墓には、進学で島を離れている息

石垣・宮古島十六日祭

子や親族が集合。池間さんは「みんなの健康を見守ってくださいと願った。神様に感謝し、年に1度、親族が顔を合わせるよい機会」と楽しげ。

石垣市石垣の墓地では砥板武司さん(66)の家族17人が集まった。祖父母が昭和初期に移住し、親族は現在7代、約50人。「祖父母が言っていたように『家族仲むつまじく』を今年も報告した」と笑顔を見せた。

図7 沖縄タイムス社会面（2016年2月）（引用元 [11]）

しかし、ネットで記事を配信したところ（図8）、ほとんど反応がなかった。そのため、全国どこに住んでいても分かるような表現の見出しに変更した [12]。

## 沖縄“あの世”の正月 墓前に親族集い、安泰願う

2016年2月24日 11:42

宮古島市

竹富町

伝統行事

f シェア 0

🐦 Tweet

B! 0

G+

【宮古・八重山】後生（グソー）の正月といわれる十六日祭（じゅうるくにちー）を迎えた23日、県内各地では親族が墓に集まり、家族の安泰を先祖に願った。

図8 沖縄タイムス+プラスのページ（2016年2月）（引用元 [12]）

地域特有の言葉を、新聞紙面を模した状態をインターネットでそのまま表現すると、読まれにくい傾向にある。そのため、新聞紙面で使う「県」は「沖縄県」、「知事」は「玉城デニー知事」に全て書き換え、「A&W」は「沖縄で人気のあるファストフード店」、「沖縄市」は「那覇に次いで2番目に大きい市」などに加筆・修正している。

以上から、事件・事故は、非日常の事象であるため興味を持たれやすいこと、地方独特の文化や文脈を分からなくてもニュースを理解できることから、読まれる傾向にあるのではないかと筆者は推測する。

#### 1.2.5 ソーシャルメディアのコミュニケーション

ソーシャルメディアは、これまでのマスメディアが持っていなかった、読者と読者、メディアと読者とのインタラクティブなコミュニケーションを可能にした。

新聞において読者からの声は、ハガキ、手紙、FAXなどで寄せられる「オピニオン」欄にまとめられる。記事を読んだ感想、ニュースへの意見、身近で起きた話題など様々だ。しかしながら、個別の声に対するメディア側からの返事はなく、一方通行だった。テレビにおいても、視聴者の声に一つ一つに答える仕組みはない。

しかしながら、インターネットでのニュース配信は「1.2.2 変わるニュースの流通経路」で述べたように、ミドルメディアに流れ、ソーシャルメディアで読者がニュースを共有する。ソーシャルメディアでは、読者一人一人がコメントを付けることができる。また、ヤフーなどのミドルメディアも、コメントできる仕組みがある。

ただし、地方ニュースの場合、「1.2.4 読まれるニュース、読まれないニュース」においても傾向を割り出したように、地方独特の文化や文脈の違いで読まれる、読まれないという差異が生まれるほか、個人のもつ社会的背景の相違からディスコミュニケーションが生まれやすい。

沖縄タイムスが2019年1月22日、午前7時にヤフーに配信した記事「高校生ラッパーが語彙を磨くためにやってること 最後の選手権へ気合十分」<sup>3</sup>には、(図9) [13]のようなコメントが付いた。

<sup>3</sup> <https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20190122-00374923-okinawat-oki>



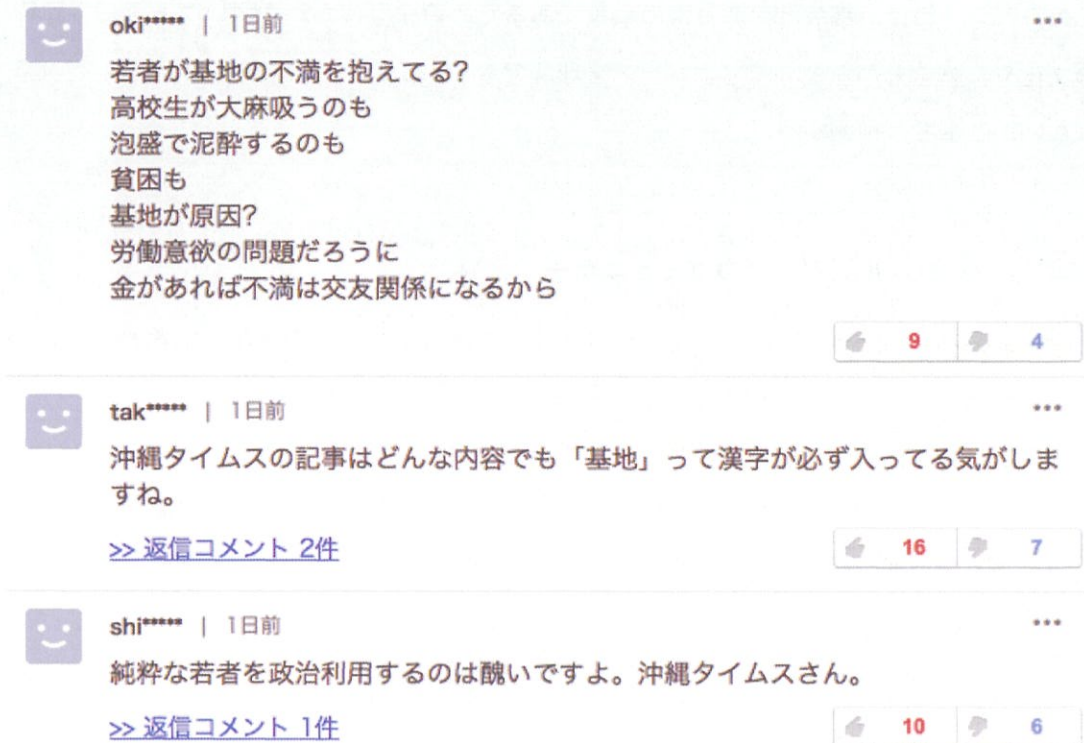


図 9 沖縄タイムスがヤフーニュースに配信した記事への書き込み（2019年1月）（引用元 [13]）

記事の内容とは逸脱したコメントが並ぶ。しかしながら、ミドルメディアのコメント欄については、メディア側から返信できる仕組みはなく、対話は不可能である。

一方で、ツイッターなどのソーシャルメディアであれば、意見を交換しあえる仕組みがある。ただし、マスメディアの場合、配信するニュースが1日に数十本あるため、全ての記事で対話を試みることはマンパワー上も、リスク管理上も厳しい。

ただし、メディアと読者との双方向のやり取りは、これまでにない仕組みである。そのため、地方独特の文化を扱ってもディスコミュニケーションが生まれにくいウェブ上のコンテンツかつ、メディアと読者が共に新たな知見について共感できる内容であれば、対話が生まれる可能性があると考えられる。

### 1.3 本研究の目的

前節で述べた背景を踏まえ、本研究では、ネットの登場で地方紙が地方ニュースを全国に届けることができるようになったことから、幅広い読者に筆者が拠点を置く沖縄のローカルニュースに興味・関心を持ってもらうことを目指したコンテンツを制作する。

地元特有の文脈を理解してもらうため、沖縄特有の事象を基に取材を行い、新たな知見を掘り起こす試みをする。

さらに、メディアと読者で前向きな対話を生み出すことを目的とする。

### 1.4 本論文の構成

本論文は全5章で構成される。

第1章では、本研究の概要と、ニュースの流通経路の変化、地方からの発信状況を踏まえ、メディアと読者との関係性を洗いだし、背景を基に定めた目的について述べ、本論文の構成について説明する。

第2章では、先行研究・先行事例として、新聞という伝統的メディアがウェブ上で公開し、読者と対話をしたことで高評価を得た作品の特徴、制作手法について整理する。それらを元に、コンテンツ制作に当たっての課題をまとめ、方針も定める。

第3章では、“AI”によるモノクロ写真をカラー化する技術を活用し、インタビューとフィールドワークに重点を置いたコンテンツの開発を行い、ネット上でコミュニティを形成する。

第4章では、戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展を元にしたコンテンツの制作を行う。リアルな場所とオンライン上での“偶発的”な対話を生むきっかけづくりの実践を行い、考察と結論を述べる。

第5章では、本研究の成果として、“AI”によるモノクロ写真をカラー化する技術を活用したコンテンツが対話を促進する有効性を示したことについて述べる。また、課題点、今後の展望について述べる。

## 2. 先行研究・課題

本章では、オールドメディアにおけるウェブコンテンツの表現手法を先行事例として整理し、作成するコンテンツの方針を定める。

前章で述べた通り、地方独特の文化が盛り込まれた記事は、個人のもつ社会的背景の相違やそれに起因する意味世界の違いがあり、ディスコミュニケーションが生まれる可能性が高い。しかしながら、興味を持たれやすく、地域特有の文脈を理解できるコンテンツであれば、メディアと読者との対話が生まれる可能性がある。

そこで、ネットで公開されたジャーナリズム作品の頂点を決めるジャーナリズム・イノベーション・アワード（主催・日本ジャーナリスト教育センター<sup>4</sup> [14]）において、ファインナリスト作品に残ったマスメディアのウェブコンテンツを比較し、整理することにする。<sup>56</sup>

また、同アワードは、来場者が作品の作り手とコミュニケーションを取った上でトップを決めるため、メディアと読者との対話が生まれやすいコンテンツが上位になりやすいと筆者は考える。

同アワードは、2015～2017年にかけて開催されている。

### 2.1 朝日新聞「築地 時代の台所」<sup>7</sup>

朝日新聞「築地 時代の台所」は2016年に公開された。同アワードで、優秀賞だった（図10 [15]）。

作品の特徴は、魚河岸・築地市場の詳細を記した「地図」、取り扱っている魚やワサビの特徴を説明する「動画」と「インフォグラフィック」、季節ごとの旬の食材を使った天ぷらや寿司などを紹介する「写真」と「記事」、築地で聞こえる「音」、築地で使われる特有の言葉の「かるた」のほか、「CG」「360度動画」などで構成されていることにある。

<sup>4</sup> <http://jcej.hatenablog.com/entry/2017/01/29/110558>

<sup>5</sup> [https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej\\_award\\_20150124.html](https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej_award_20150124.html)

<sup>6</sup> [https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej\\_award\\_2016.html](https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej_award_2016.html)

<sup>7</sup> <https://www.asahi.com/special/tsukiji/>





図 10 朝日新聞「築地 時代の台所」(引用元 [15])

特に、築地で使われる独特の言葉は「かるた」の形で見せ、その言葉をクリックすると写真と詳細な説明書きがあるため、読者の理解を補完できている。プロが撮影した写真は、人々の顔を生き生きと写し、見応えがある。作品の分量もボリュームがある。

しかしながら、企画からウェブ構成、デザイン、取材、写真、動画など、多くのプロの手が必要となるリッチコンテンツである。

Yahoo!の「news HACK」取材班によると、同コンテンツの記事について担当者は「600ほどある仲卸を1件、1件、半年かけて撮影、商品別に分類した魚河岸仲卸マップは、企画を立ち上げてから取材するまでの交渉に1年を要した」と述べている。<sup>8</sup>

## 2.2 日本経済新聞「データディスカバリー」<sup>9</sup>

日本経済新聞「データディスカバリー」は、2016年に公開された(図11 [16])。

日本で暮らす外国人がどんな目的で訪れているかについて、統計データを元に、インフォグラフィックで分かりやすく表現していることにコンテンツの特徴がある。Facebookで1万7171シェアされている。

<sup>8</sup> [https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej\\_award\\_2016.html](https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej_award_2016.html)

<sup>9</sup> <https://vdata.nikkei.com/datadiscovery/01/>

画面をスクロールすると、キーワードとなる言葉が表示され、その後にグラフや数字がパララックスで実装、表示される演出となっている。没頭してコンテンツを見られる仕掛けになっている。

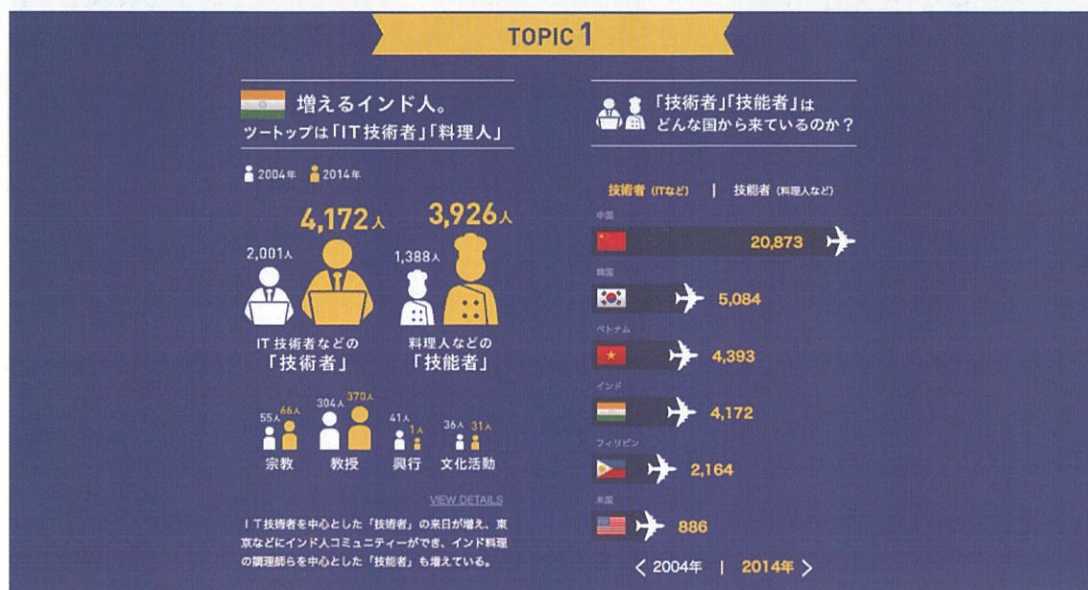


図 11 日本経済新聞「データディスカバリー」のインフォグラフィック [16]

しかしながら、現状を知るための表記に止まっており、社会的背景やそれぞれの国の事情について詳細に知ることはできない。興味を持てるコンテンツであるが、もう一步踏み込み、各国独自の経済状況や文化を共有することは厳しいと筆者は考える。

## 2.3 読売新聞「検証・戦争責任」<sup>10</sup>

読売新聞「検証・戦争責任」は、2016年に公開された(図12 [17])。

満州事変から日中戦争太平洋戦争に至る原因や経過、および当時の指導者たちの責任の所在についての検証などが綴られたコンテンツである。

構成は、スクロールを進めると「テキストと写真数枚」が左右、もしくは上下で表示される凝ったUIになっている。

<sup>10</sup> <https://www.yomiuri.co.jp/special/70yrs/#>

# 検証 戦争責任

読売新聞社

図 12 読売新聞「検証 戦争責任」(引用元 [17])

戦中の印象的な写真に要約文が記載され、さらに知りたい場合は「詳しく読む」をクリックすると、横書きが縦書きに代わり、本の引用文が並んだものや新聞紙面が表示される場合もあった。

しかし、流れは迷路のようで、下にスクロールを進めても画面は右にも上にも進むなどアトラダムで、筆者には動きの意図が読み取れなかった。

興味を持ってコンテンツを読み込み、対話ができるようになるまで、慣れが必要だと筆者は考えた。

## 2.4 西日本新聞「熊本地震 ITで『見る』現場」<sup>11</sup>

西日本新聞「熊本地震 ITで『見る』現場」は2017年に公開された(図13 [18])。

2016年4月に九州で発生した熊本地震の被災地について、GPSを活用し、被災の現状を浮き彫りにしたコンテンツである。

制作した井上によると、スマートフォンに内蔵されている加速度センサーとGPSで道路段差を計測する企業と連携している。複数人の記者が実際に被災地を走り、地震によつ

<sup>11</sup> <http://qbiz.jp/article/99979/1/>



て広範囲に及ぶ道路の凹凸や陥没が残っている状況を取材し、地図上に可視化したものである。

## 路面の段差解消 道半ば 地震から8カ月、工事対象2400カ所 国道3号、高森線も広範に

2016年12月14日 03時00分 更新

記者：井上直樹、前田淳、古川大二

熊本地震は14日で前震から8カ月だが、道路被害は今も広い範囲に残っている。段差や陥没などの復旧工事は2400カ所超に上り、本格復旧はなお道半ば。西日本新聞が民間企業と協力し道路や橋の凹凸状況を調べたところ、熊本都市圏の主要幹線道である県道28号（熊本高森線）や国道3号も、地震前になかった段差が多く発生している現況が鮮明になった。

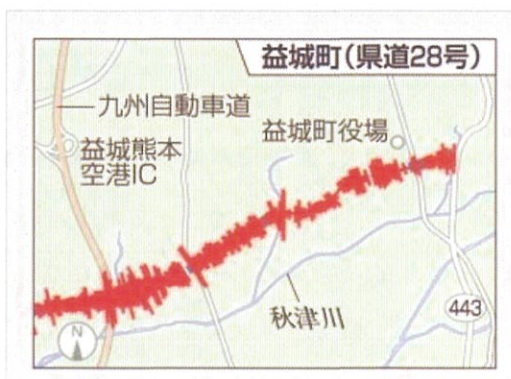


図 13 西日本新聞「熊本地震 ITで『見る』現場」(引用元 [18])

これらは、記者と専門の企業が連携することで可能となる取材手法である。新聞社の記者は、現地に赴き、現場を見て、人と会い、インタビューをし、記事にすることを取材の基本としている。そのため、それ以外のツールを活用する場合は、専門の企業と組まなければならない。記者のマンパワーもフルで必要となり、外部と連携する分、金銭面でも負担が発生する。

### 2.5 沖縄戦デジタルアーカイブ<sup>12</sup>

「沖縄戦デジタルアーカイブ」は、2015年、首都大学東京渡邊英徳研究室、沖縄タイムス、GIS 沖縄研究室が制作した Web コンテンツである（図 14 [19]）。筆者も制作に携わった。

<sup>12</sup> <http://okinawa.mapping.jp/>

戦後70年の節目に、沖縄戦で亡くなった方の戦没地をデジタル地図上でマッピングしたほか、戦争体験者の戦中の足取りを地図上で表現した。

渡邊研究室は、ウェブデザイン、体験者の動き、戦中写真のマッピングなどを担当した。

GIS 沖縄研究室は、戦前、戦中、戦後の沖縄の地図、地形図をデジタル地図上でレイヤー別で表現したほか、戦没地のマッピングも担った。

沖縄タイムスは、記者34人が体験者の元に足を運び、1945年3～7月にかけての足取りを聞き取り、白地図に書き込んだ。

制作期間は、2015年3月末から6月末の約3カ月を要した。また、3社にわたって制作しているため、組織の意思決定の時間を要したほか、費用も大きくかかった。



図 14 沖縄戦デジタルアーカイブ（引用元 [19]）

このコンテンツの特徴は、テキスト中心ではなく、デジタル地図上において、それぞれの資料が重層的に表現されていることにある。戦中の写真をはじめ、体験者は顔アイコンで動く仕掛けもあり、視覚的に理解できる内容となっている。

沖縄タイムスでは、コンテンツを公開後、全国からアクセスがあり、PVは18万あった。

また、筆者が沖縄の中学校で授業を展開したところ、生徒が自発的に配布したタブレット端末を活用して当時のことを調べ、今を比較し、友達と語り合う姿が見られた。

## 2.6 本研究の方針と課題

以上から、ウェブジャーナリズムの頂点を決める「ジャーナリズム・イノベーション・アワード」において、上位に残ったコンテンツ5作品の全てが、イマーシブ（没頭型）のリッチコンテンツだった。

これまでの新聞の表現は、「記事」と「写真」というシンプルな構成だったが、デジタル技術が進化した昨今、これまでの新聞では表現できなかったCG、動画、複数のインフォグラフィック、取材を元にしたテキストなどで構成し、興味を引いていた。

また、整理、比較したところ、それぞれのコンテンツの特徴で共通していたのは、その土地のことを知らなくても、視覚的に理解が促されるような写真や地図がふんだんに使われていたことも分かった。

さらに、いずれも新聞社であるため、取材や検証を元に、新たな知見を提供するコンテンツとして成立していた。

ただし、リッチコンテンツはエンジニア、デザイナー、記者が連携し、長い期間にわたって制作する必要がある。費用、時間、技術、人力がかかるため、容易に制作できるものではない。

そこで、本研究の方針は、次の3つに定める。

- 1) 沖縄特有の文脈の理解が進む可能性のある写真を活用したコンテンツ
- 2) 取材を元に、新たな知見を提供し、対話が促進されるコンテンツ
- 3) 読者の興味を引き、かつ、記者が汎用性高く活用できる技術を使ったコンテンツ

3) については、本研究では、2016年、早稲田大学の飯塚らが開発したモノクロ写真をカラー化する“AI”技術<sup>13</sup>を採用する [20]。飯塚らの開発した技術は、次のメリットがあるためである。

---

<sup>13</sup> <http://iizuka.cs.tsukuba.ac.jp/projects/colorization/ja/>



1. 扱いが簡単で、非エンジニアにもコンテンツが容易に作成できる
2. 新聞社が保持している写真を活用できる
3. 白黒がカラーになることで、視覚的に興味関心を引くことができる

ただし、課題もある。

今回使用する“AI”は、約230万枚の写真を元に学習している。MIT（マサチューセッツ工科大）の用意したデータセットで、自然物、農産物などから色を学んだAIだ。どの写真でも、無難な色を着色できるようになっており、特に、空や火の色などの「自然物」は自然な色合いに着色する。一方で、機械や地方特有の服などの人工物については、学んでいないためかセピア調に着色する傾向にある。

そのため、今回、モノクロ写真のカラー化については、AIによる着色を絶対的なものと見なさず、人の手で補正をする。その上で取材や対話を通して、色合いを明らかにする試みも行う。

### 3. 戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ制作

本章では、沖縄のニュースへの理解を促すためのトリガーとして、戦前の沖縄の写真をカラー化する。それを基に取材をし、新たな知見を掘り起こしたコンテンツを制作する。

#### 3.1 概要と目的

前章でも述べた通り、新聞社が制作したウェブコンテンツについて、読者の興味を引く共通項は、写真の活用、取材を元にした新たな知見の提供、読者の興味を惹きつける IT 技術の活用にあった。

そこで、本章では、筆者が AI を活用し、沖縄のモノクロ写真をカラー化した上で、取材をし、コンテンツを制作する。

モノクロ写真のカラー化を元にした取材は、これまでにない試みであり、被取材者や読者との対話が進み、新たな知見を掘り起こせる可能性もある。

さらに、筆者が編集、執筆に携わる沖縄タイムスや配信先のヤフーなどのミドルメディアだけでなく、全国紙の朝日新聞の協力も得て、クロスメディアで発信することとする。

これら一連の流れを含めたコンテンツを制作し、沖縄のローカルな文化を全国的に理解してもらうことを目的とする。

#### 3.2 先行事例

##### 3.2.1 白黒写真を活用したコンテンツ

2017 年、朝日新聞社は、1935 年に沖縄で撮影されたネガ 277 コマをホームページ<sup>14</sup>で公開した（図 15） [21]。沖縄での 1945 年以前の写真は、沖縄戦でほぼ焼失している。

---

<sup>14</sup> <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/>



図 15 沖縄1935 公開された写真の一部（引用元 [21]）

朝日新聞の記事（2017年6月5日付<sup>15</sup>）によると、1935年、大阪朝日新聞（当時）のカメラマン藤本護氏と社会部記者の守山義雄氏が沖縄を訪れた時に撮影され、糸満や名護の漁業などを取材し、同年7月に連載「海洋ニッポン」を展開したと記されている。

写真には、戦前の市場や漁、農作業などの人々の暮らしぶりが残っていた。また、その写真を基に沖縄タイムスの記者が当時の様子を知る人を訪ね、取材した。

はてなブックマーク<sup>16</sup>では、「沖縄に限らず、古い生活写真ってホントに面白い」「みんな生き生きとしていて良い写真」「戦争なかったらどんな発展してたやろうか」「素晴らしい。豊かな暮らしの眺めにジンとくる」など、全て前向きな反応であった。

このことから、写真の活用は、沖縄特有の文化を視覚的に理解することができると考えられる。また、沖縄の戦前の暮らしぶりは沖縄でも全国的にもほぼ知られていないため、個々人の持つ意味世界が形成されておらず、ディスコミュニケーションが生まれにくい。メディアと読者の対話を促すコンテンツ制作に有効な写真群であると筆者は考える。

<sup>15</sup> <https://www.asahi.com/articles/ASK636X00K62TIPE01M.html?iref=special>

<sup>16</sup> <http://b.hatena.ne.jp/entry/www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/>



### 3.2.2 モノクロ写真のカラー化についての取り組み

渡邉ら（2018）[22]は、「白黒写真」について AI 技術を活用してカラー化し、ソーシャルメディアに共有する取り組みをしている。そこでは、ソーシャルメディア上でコミュニケーションの場が生まれているほか、白黒写真の「凍った」過去のイメージを AI 技術で「溶かし」、フロー化することで記憶を未来に継承する「記憶の解凍」が行われている。

また、リアルな場でもカラー化した戦前の写真を元に、被爆者と若者たちが語り合う活動が生まれている。

この手法は、本研究の方針である沖縄特有の文脈への理解や対話の促進を図るのに有効な手法であると考えられる。

## 3.3 手法

先行事例から、筆者は、朝日新聞に残っていた 1935 年の沖縄で撮影された写真をカラー化することは、読者の興味を引きつけ、沖縄の文化を理解してもらう上で有効な手法であると推測する。

そこで、朝日新聞社に協力をもらい、1935 年に撮影された沖縄の写真を活用したコンテンツを制作することとする。

### 3.3.1 モノクロ写真の選定とカラー化

モノクロ写真のカラー化は、前章の方針で述べたように、飯塚らの技術を活用する。ただし、朝日新聞に残る 277 枚の写真を全てカラー化し、それらを元に取材し、新たな知見を掘り起こすことは、限りある時間の中では困難である。

そのため、筆者は、戦前の市井の暮らしぶりの分かる資料が少ないこともあることから、沖縄特有の文化が写し出されていること、生活感があること、人が多く写っていることを基準に写真を選定した。

結果、次の 2 枚の写真を選び、カラー化する。

(1) 那覇市場の写真



図 16 沖縄 1935 公開された写真の一部 (引用元 [23])

(2) 傘を差すセーラー服の女学生





図 17 傘を差すセーラー服の女学生（引用元 [24]）

### 3.3.2 インタビュー

図 1 6 [23]の写真について、撮影場所は、那覇市内の市場であることが分かっていた。沖縄タイムスの記者がすでに、当時の様子を知る取材相手に連絡をとっており、紹介してもらう形で行う。

図 1 7 [24]については、撮影場所は不明であったが、県立第三高等女学校の制服であることは判明していた。インタビューを実施するには、当時の同校の様子を知る人を探し出す必要があった。

筆者は写真に映り込む制服、自転車、傘などが現存していないか名護市の教育委員会に問い合わせることにした。現存はしていなかったものの、同校の同窓会が年に一度、開かれていることが判明した。そこで、同窓会のメンバーに連絡を取り、インタビューをさせてもらえる運びになった。



両者共に、新たな知見を得るため、（１）写真の中で、不明なモノ、例えば農産物など（２）撮影場所（３）カラー化した写真と実際の色の違い—を中心にインタビューする。

### 3.3.3 フィールドワーク

2017年7月から、沖縄タイムスで「沖縄1935」の写真展が開かれる予定になっていた。写真展を訪れる人たちの中から、当時をよく知っているであろうと思われる人に声をかけ、当時の様子について聞き取り調査をすることにした。

また、どの場所で撮影されたのか、インタビューをするほか、当時の地図や見取り図を頼りに現在の場所を歩き、特定することにした。

### 3.3.4 コンテンツ制作とクロスメディアでの発信

コンテンツは、写真とテキストで構成する。

コンテンツは、

1. 色付け写真を元に取材を始める内容のコンテンツ
  2. 図16の写真に基づいて、前述した手法を元に新たな知見を盛り込んだコンテンツ
  3. 図17の写真に基づいて、前述した手法を元に新たな知見を盛り込んだコンテンツ
- の3種類を展開する。

1.と3. は、全国紙の「朝日新聞」とウェブ版の「朝日新聞デジタル」、地方紙の「沖縄タイムス」とウェブ版の「沖縄タイムス+プラス」で配信する。いずれもミドルメディアでも配信する。

2.は、朝日新聞のウェブ版「withnews」で紹介する

## 3.4 結果

### 3.4.1 色付け写真を元に取材を始める紹介記事について

朝日新聞に提供してもらった写真（図18、左）を飯塚らの技術を活用してカラー化した（図18、中央）。しかしながら、前章においても課題として指摘した通り、奥の木々

の色は自然な緑色が着色されているが、手前の人の肌の色に関しては、ぼんやりと黒っぽい色が付けられている。

そこで、人の肌の色に合わせ、筆者らが補正をした（図18，右）。



図 18 傘を差すセーラー服の女学生（筆者作成）

筆者は、これらの写真を元に、1935年のモノクロ写真にAIによる色付けを始めること、当時の沖縄の「息吹」を蘇らせる取り組みを進めることを記事に盛り込んだ。（図19）

この記事は、朝日新聞、沖縄タイムス共に、沖縄戦の組織的戦闘が終わった6月23日の慰霊の日に1面トップで紹介された。







図 20 沖縄タイムス社会面（引用元 [26]）

### 3.4.2 那覇市場の写真についてのコンテンツ

#### 3.4.2.1 白黒とカラー化写真の比較

図 1 6 の那覇市場の写真について、モノクロ写真とカラー化した写真を比較、観察した。



図 16 那覇市場 (引用元 [23])



図 21 図 16 をカラー化した (引用元 [23])



筆者は、カラー化した写真において、手前から2番目のおばあさんの手首周りに黒の模様が描かれていることを見つけた。

白黒写真では模様に気づかなかったが、カラーにするとくっきりと浮かび上がった。

(図22) [23]



図22 図21の手元に注目したアップ画像(引用元 [23])

黒の模様は、「ハジチ(針突)」と呼ばれる沖縄独特の入れ墨である。

女性が結婚した証や成人になるための通過儀礼として入れていたもので、地域によって模様が異なる。

ハジチは琉球王国時代からあったと言われている。結婚した証として、後世に無事に渡るため、本土に連れて行かれないための証として入れていたとされる。

琉球処分後、日本になった沖縄は1899年「文身禁止令」が発令された。それを機に禁止されたため、消失し、現代では残っていない。沖縄県内の各地で文様は異なる。 [27]

図22の奥に写るおばあさんは、手の甲に五つ星という文様がある。中央に菱形が入り、四個の三角形がそれを囲んでいる。このデザインは、沖縄では多くの地域で見られる模様であることから、筆者の調べでは出身地を判明することはできなかった。



筆者が執筆に携わる沖縄タイムスの過去の写真を保存したデータベースにおいて、同社で働く記者が撮影したハジチの写真は残っていない。

カラー化したことで、当時の文化が浮かび上がってきた。

#### 3.4.1.2 写真に写り込んだ農産物

図16の写真について、2017年7月、インタビューを実施した。市場の近くで生まれ育った糸数昌和さん（83歳）と妻の千恵子さんの那覇市内の自宅で行った。

糸数さん夫婦は、5、6歳から市場周辺で友達と遊び、当時の風景をよく覚えているという。白黒写真とカラー化写真の2枚をパソコンの画面上で見てもらった。

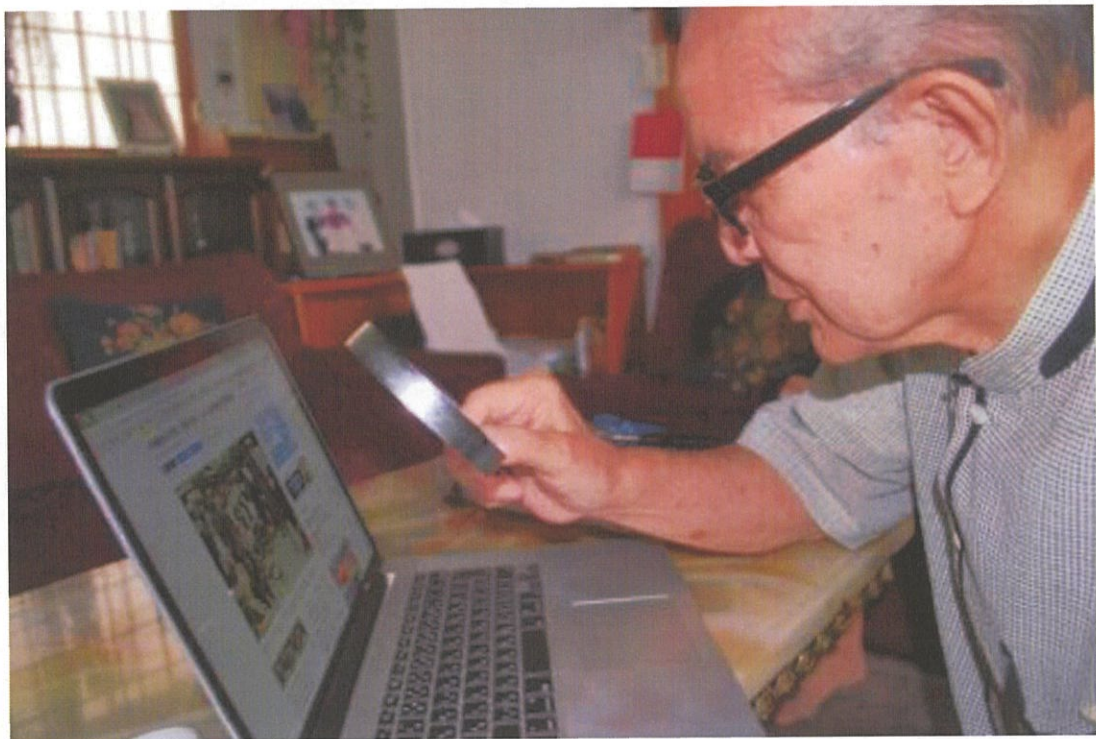


図 23 虫眼鏡で、カラー化写真を覗き込む糸数昌和さん

まず、カラー化した写真と実際の色の違いについて質問した。

昌和さんは「白黒と違って遠近感もボリュームも奥行きもある。見事に色がついている。特に、地面の色がよく再現されている。今のアスファルトのような色だった。直さないといけない点は特に見つからない」と話した。

千恵子さんは「懐かしい。よく色がついてると思います」と語った。

次に、撮影場所について質問した。

「現在的那覇市東町のあたりが市場だった。当時の市場は、野菜は野菜の通り、魚は魚の通りで、区画ごとに売り物が分かれていた。この写真は、野菜市場で撮影されている」

図16において、筆者はおばあさんたちが売っているカゴの中の農産物が分からないことについて説明し、夫妻に解説してもらった。

「手前、左のゴツゴツしたものは、山芋で、もっと茶色の色合いだった。今の山芋よりも大きく、ヤンバル（沖縄本島の北部を指す）から持ってきていた。アクが強かった。

一番奥のカゴの中に入っているのがニンニク。1玉ずつ山積みになっている。昔は袋詰めしていたわけではなく、カゴにバツと入っていた。

その隣は島らっきょう（本土に比べると小ぶりで香味が強い）。少し小さい。

奥に見える白っぽい着物の女性が持っているのは島かぼちゃ」

次々と判明したが、手前の老婆が売っているカゴの中の農産物について、千恵子さんは「島らっきょうのようにも見えるが、他の野菜のようにも見える。分からない」と話した。

同時期に沖縄タイムスで1935年に撮影された写真展が開催されていた。

筆者はそこに足を運び、来場者に聞き取りを実施した。当時の記憶がある85歳以上の来場者を中心に声をかけた。

その中で、那覇市場の写真（図24）をじっと見つめる男性に話を聞くことができた。

男性が注目していたのは、背を向けて客に農産物を売っている女性だった。





図 24 那覇市場の様子（引用元 [28]）

「このトウガンを売っている女の人、後ろ振り返ってもらえないかねー。スイカのよう  
に切られているのはトウガン。昔は、市場に並べて売っていたわけ。小さい頃、自分のお  
ばさんも市場でこうやってトウガン売っていた。時々、遊びに行って小遣いをもらって  
いたから、振り返ってくれたらおばさんかどうか分かるんだけどね」

次に写真が撮影された場所について、筆者が質問したところ、筆者のノートに手書きで  
地図を描いてくれた。



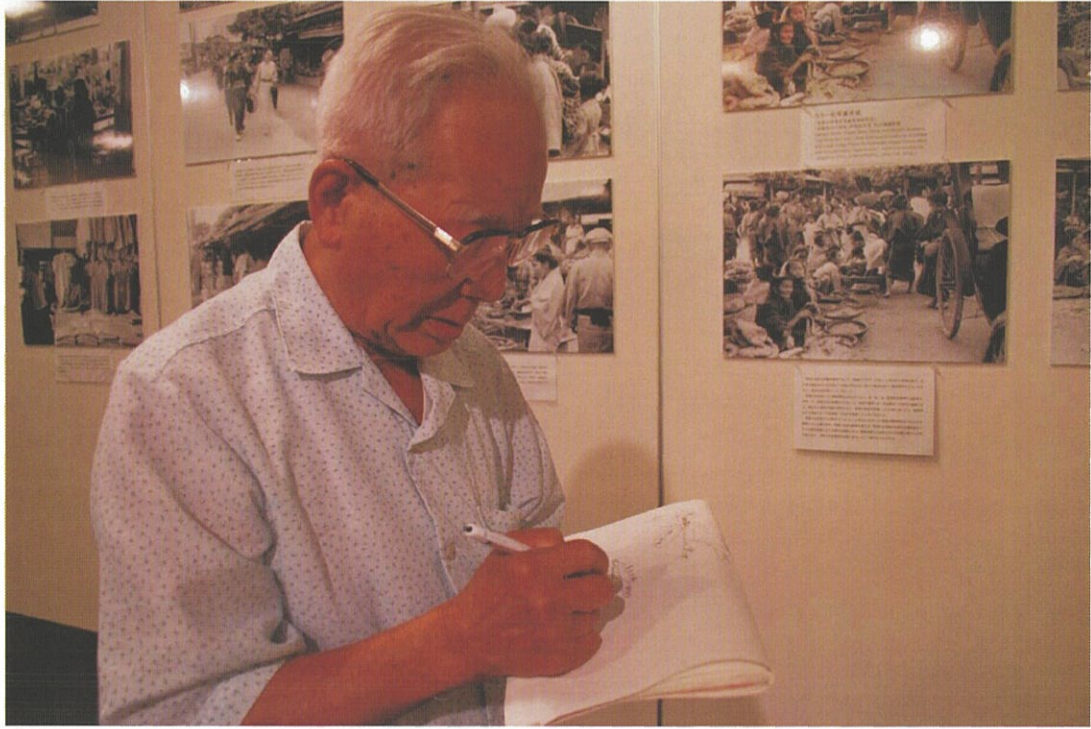


図 25 地図を描く 80 代の男性



図 26 男性が書いた那覇市場周辺の地図

「野菜市場は、現在のバスターミナル、つまり表通りからもっと奥にいったところにあった。写真の隣には魚貝市場や海産物を専門に取り扱っていた区域があった。那覇港から魚がすぐ持ってこられるように、魚関連の場所からは海が見えた」

筆者は、前出の糸数夫妻へのインタビューで分からなかった農産物の正体についても聞いた。

「あのころは6歳だから、売っているものまで全然覚えてないな。野菜の繊維ではないのか」

との説明を受けた。

筆者と男性が以上のようなやりとりをしていたところ、写真展を見ていたおばあさんが「これはナチョーラよ」と話し始めた。



「カゴに入っているのは、まだ乾燥される前。生のままかねえ。ナチョーラは乾燥させて保存するわけ。昔は虫下しのために親にこのナチョーラを飲まされた。学校でも年に1回は必ず飲まされた。あまりにも飲みにくいから鼻をつまんで、黒砂糖を入れて飲んださ。野菜市場には、海藻も時々は売っていたから、合っていると思うよ」と解説した。

改めてインタビューを実施したいとお願いしたが、叶わなかった。

ナチョーラについて、筆者は知らなかった。そのため、親族にナチョーラについて聞いてみたところ、現在も市場で販売されていることが判明した。

筆者は、那覇市の公設市場周辺を聞き込み、入手することができた。（図27）

店員は「ナチョーラは、沖縄の方言で海人草のこと。今は、欲しいという客がいないと、入荷しない」と話した。

現在も、虫下し薬として使われている。



図 27 筆者が入手したナチョーラ



#### 3.4.1.3 撮影場所

筆者は、図26の地図を頼りに那覇市東町を歩き、那覇市場が撮影された図16の撮影ポイントを探した。現在は住宅街が広がっているが、戦前、東町周辺は、那覇港も近く、中心街として賑わっていた。

近くを歩いていたおばあさんに、地図を見せ、野菜市場のあった場所を聞いたところ、図28のあたりではないかという話だった。反対側には、地図を書してくれた男性が話したように那覇港が見えた。



図 28 野菜市場があったと推測される那覇市東町

#### 3.4.2 傘を差すセーラー服の女学生



図17の写真について、モノクロ写真をカラー化し、図16と同様に補正をした（図29）。



図 29 傘を差すセーラー服の女学生（引用元 [24]）



図 30 図17をカラー化し、さらに補正した写真（引用元 [24]）

傘を差すセーラー服の女学生たちの写真は、沖縄県立第三高等女学校の生徒で、戦後、沖縄県立名護高校に統合されたため、今はもうない。

今回、当時の話を聞くため、インタビューに応じてくれたのは、県立第三高等女学校の最後の卒業生である岸本志保子さん、久場豊子さん、知念靖子さん、古堅輝子さんの四人である。（図30）

1941年に入学している。



図 31 沖縄県立第三高等女学校の卒業生ら

#### 3.4.2.1 セーラー服の歴史とカラー化写真の色合い

筆者はまず、モノクロ写真（図17）を見てもらった。

「先輩たちの制服だね」

「白だから夏の制服」

「紺色のきれいなヒダスカートのこと」



「このセーラー服に憧れて入学したのに着られないまま卒業したね」

と話が始まった。

四人が保管していた同校の同窓会誌によると、同校は1920年に補習学校として創立され、1924年に国頭高等女学校となり、1930年に第三高女となったという。

また、四人の話によると、写真に写る制服は、1930年から1940年までしか存在していなかった。わずか10年の制服だということが判明した。

四人が入学してからは、太平洋戦争が近づいたため、制服の生地は綿から化繊に変わり、動くとき縫い目からすぐ破れてしまほど弱いものだったという。

四人が高校3年生になると、制服はモンペに変わり、看護の勉強や竹槍の練習が始まり、カバンも靴も手縫いしたという記憶が蘇った。

次に、カラー化写真（図29）を見てもらい、当時の色との比較をしてもらった。

「よくできている」

「芝生はまさにこの色。背景の木の色もいい」

「確かに靴も白だった」

「傘の色は黒だったので、よく色が出ている。ただ、柄の部分は赤色だが、はっきり出していない」

「右のカップの人たちの色がおかしい。芝生の色になっているね」

そこで、筆者はカップの色について、人工知能を使った色付け技術が芝生と勘違いした可能性があることを説明し、どのような色だったのかを改めて尋ねた。

「戦争に向かうにつれて、カップは見なくなったからね」

「カーキみたいな、壁の色のような感じじゃなかった？」

私はGoogleで「カーキ色」と検索し、色の一覧画像をパソコンに表示した。（図31）



図 32 Google で検索したカーキ色の画像一覧

図 3 1 を見せたところ、記憶にある 2 人が同時に右下の同じ色を指差した。

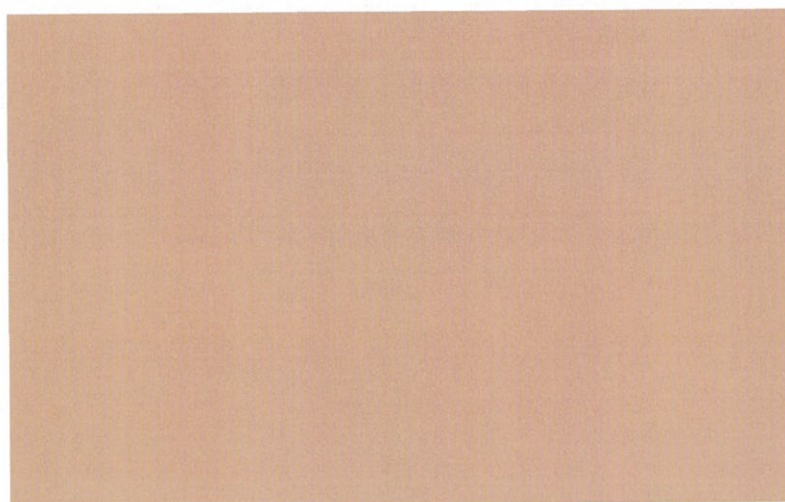


図 33 カップの色と推測されるカーキ色

緑色に近いカーキ色ではないかと改めて尋ねたところ「絶対これ」だと話した。

実際、色付けした写真の色と照らし合わせると、緑色になった部分を除く色と近い。

筆者は実物である当時のカップを探しているが、まだ見つけられていない。

セーラー服の色合いについて、正しいかどうか尋ねたが、「みんな死んで分からんさー」と笑い飛ばされてしまった。

筆者は、図 1 7 の写真において、当時の高校生の多くが自転車通学をしていたのかについて疑問を持っていたため、自転車についての質問もした。

古堅さんは「当時は高校に合格するとすぐに自転車の練習をさせられた。自転車は高かったと思うけど、ないと学校にいけなかった時代で、自宅から数時間かけて学校に通っていた。朝起きたらタイヤがパンクしていないかチェックするのが日課だった」と振り返った。

#### 3.4.2.2 撮影場所

四人によると、同校の跡地は現在、県立北部病院の看護宿舎になっている。

ただし、図 1 7 の撮影場所は分かっていない。

そのため、1935 年に撮影された同校の制服が映る複数の写真を見もらった。（図 3 3）





図 34 図 17 の別コマ写真（引用元 [29]）

図 17 と異なり，図 33 [29] に映るのは，右手前の鐘と奥の白い柵である．

四人によれば，手前の鐘で始業の合図をしていたという．

また，図 33 は，校舎の裏にあたり，自転車を置いていた場所だという．図 33 は，図 17 をより引いて撮影された写真ではないかという推測に至った．

また，奥にある柵は，誰の記憶にもなかったため，持ち寄ってもらった資料に残る写真の中から探すことになった．

その中に，「野球」と書かれた一枚の写真（図 34）があり，同様の柵が写っていた．  
 当時は，移動させて使い，野球の「バックネット」の使い方をしていたのではないかとの結論に至った．

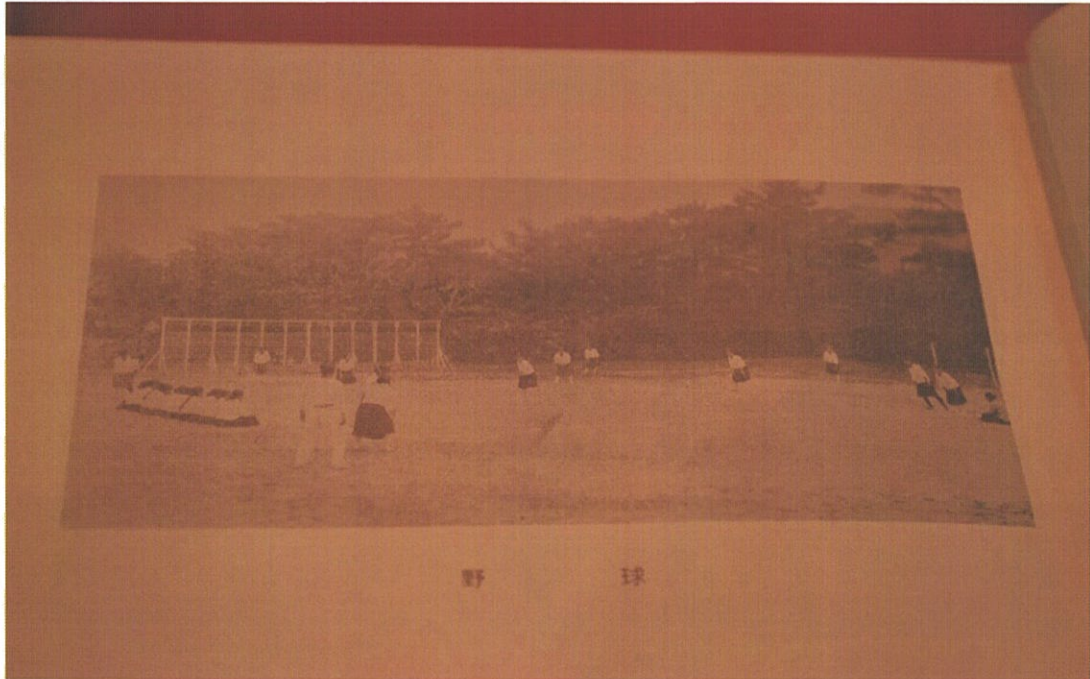


図 35 資料で残っていた柵が写る写真（引用元 [30]）

### 3.5 成果

#### 3.5.1 制作したコンテンツと読者からの評価と分析

那覇市場の写真についての一連の結果については、コンテンツとしてまとめ、2018年1月20日、withnews<sup>17</sup>で配信した。（図35） [31]

<sup>17</sup> <https://withnews.jp/article/f0180120003qq0000000000000000G00110701qq000016106A>

2018年01月20日

人工知能

沖縄

# AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化

1515

f

見る

20

B!

85977



図 36 withnews で配信された那覇市場のコンテンツ（引用元 [31]）

2019年1月24日までのPVは11万6368に上る。配信した第1週目は、withnews 内でのアクセスはトップだった。

傘を差すセーラー服の女学生についての一連の結果も記事にまとめ、沖縄タイムスの紙面とデジタル版で2018年3月17日に掲載した<sup>18</sup>。（図36 [32]）

2019年1月24日までのPVは8886だった。

<sup>18</sup> <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/223737>



## 幻のセーラー服、謎の雨ガッパ 色鮮やかによみがえる戦前の沖縄

2018年3月17日 11:00



與那覇 里子（よなは さとこ）

首都大学東京大学院2年／沖縄タイムス社 デジタル部記者  
1982年那覇市生まれ。千葉大学教育学部卒業。2007年沖縄タイムス社入社、こども新聞「ワラビー」担当、社会部を経てデジタル部。

1935年に撮影された沖縄各地の白黒写真を人工知能（AI）を使ってカラー化する作業を、首都大学東京の渡邊英徳准教授（情報デザイン）のチームが進めている。AIで自動色付けする技術を活用し、沖縄独特の風景や建物の色などを人間が補正。83年前の沖縄の風景が色鮮やかに表現されている。



図 37 沖縄タイムスで配信されたセーラー服の女学生の記事 [32]

コンテンツ制作の手法については、差異はないものの、両者のPVの違いは10倍近くあった。

この違いは、配信するメディアそのものの規模が異なることにありと筆者は考える。全国紙と地方紙ではそもそも全国と一都道府県の新聞社では、抱える読者数は違う。

しかしながら、筆者が地方のローカルな文化を全国に理解してもらうため、ニュースを直接、全国に届けるという目的は、発信する媒体を変えることで達成されたと考えられる。

クロスメディアでの配信は、全国にニュースを届けるために有効であった。

Twitter上では、次のような反応を得ることができた。



ホリーニョ @horinyo · 1月13日

こちらの記事で題材にされてる写真にも、人力車が人混みに紛れて数台映り込んでいます。

考証を進めるプロセスがすごく面白いオススメの記事です。

AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化 -



AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化 - wit...

戦火にさらされる10年前、1935年撮影の沖縄の白黒写真。それを人工知能（AI）によってカラー化する。朝日新聞と沖縄タイムスは、首都大学...  
withnews.jp



図 38 読者の反応 1



fc沖縄 @enfucvwi · 2018年1月20日

女性たちの手にはしっかりハジチがはいてますね

AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化 -

withnews（ウィズニュース） [withnews.jp/article/f01801...](https://withnews.jp/article/f01801...)



図 39 読者の反応 2



仲宗根 創 a.k.a. R∞2 @nakahaji34 · 2018年3月18日

凄い技術！！

これなら昔の沖縄をもっとイメージしやすく、もっと近くに感じれますね(≧▽≦)  
これは凄い！！

美ら島、よみがえる色彩 沖縄戦前写真をAIでカラー化：朝日新聞デジタル

[asahi.com/articles/ASL39...](https://asahi.com/articles/ASL39...)



図 40 読者の反応 3

図37は、コンテンツの制作手法についての評価である。取材を元に、新たな知見を提供したことで、読者の興味を引いたと考えられる。図38と図39は、沖縄特有の文化を読み取った上で発信しており、視覚的に理解を進めることができた写真というメディアを活用したこと、カラー化技術を使ったことが、このような意見を引き出したと筆者は考える。本章のコンテンツ制作の手法は有効であった。

また、図38については、書き込みに対し、コメントが書き込まれ、対話が生まれていた。





フォローする

女性たちの手にはしっかりハジチがはいってますね

AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」  
戦前の写真をカラー化 - withnews (ウィズニュース)



AIでよみがえる...82年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化 - withnews (...  
戦火にさらされる10年前、1935年撮影の沖縄の白黒写真。それを人工知能 (AI)  
によってカラー化する。朝日新聞と沖縄タイムスは、首都大学東京の渡邊英徳准教...  
withnews.jp

4:38 - 2018年1月20日

5件のリツイート 15件のいいね



1 5 15



返信をツイート



m^~m @obkkb02mm · 2018年1月20日

返信先: @enfucvwiさん

小さい頃はよく見ましたよ、オバーのを(^\_^)

1 1 1 1

図 41 読者の反応 4

また、読者の反応について、ミドルメディアへの書き込みにおいて、次のような内容を得ることができた。

「現地の人の目と記憶で掘り下げ、物語を紡ぎ出す。今やらないと失われる文化を蘇らせる。とてもいい」

「カラー化した写真のおかげで人々と繋がれて当時を知る人が記憶をたどり、当時の様子を現代に引き継いでよかった」

「89歳のおばあに見せたら懐かしそうに嬉しそうに目を細めていた。（中略）おばあが表情見違えるくらい生き生きと話し出す。それを見ていたらとても嬉しい」

読者のコメントは、前向きな内容であった。また、取材によって、当時の状況を浮かび上がらせ、個々人の持つ知識のギャップを埋めることができたと言えよう。読者同士で意見を交換し合うなどの対話も見られた。

### 3.5.2 新聞社のコンテンツの扱いの変化

3.4.1 で扱った色付け写真を元に取材を始める紹介記事は、朝日新聞と沖縄タイムスは、6月23日の慰霊の日に1面トップで扱った。

慰霊の日は、遺骨収集や平和の継承についてのアンケートなど、沖縄戦と「直接的」なつながりのあるテーマが記事になるのが通例である。

だが、1935年の写真をAIで色付けをし、これから時代考証をしていく「宣言」は「間接的」なつながりである。

ただし、先の大戦で沖縄に残る資料が焼き尽くされ、戦前の沖縄の様子が分からない状態だったことで、慰霊の日の関連として扱われたと筆者は考える。

これは、図41、42の読者の反応からも分かるように、戦争が起これなければ失われなかった市井の暮らしぶりが残っていたこと、色をつけることで、今と地続きであると捉えられた。

既存の紙面の体裁から逸脱していたことから、歴史的な節目の日に主要ニュースとして発信された。

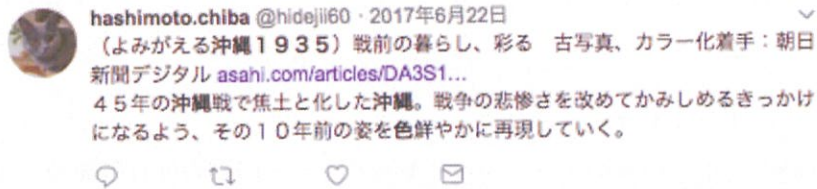


図 42 読者の反応 4



図 43 読者の反応 4

### 3.6 本章の結論

AI を活用し、沖縄のモノクロ写真をカラー化し、それを元にした取材は、新たな知見を掘り起こし、読者の興味を惹きつけることができた。

カラー化した写真については、当時を生きた被取材者が当時の記憶を蘇らせることに成功した。



また、それらを元に制作したコンテンツは、成人女性が彫り込んだ入れ墨である「ハジチ」や虫下しの「ナチョーラ」など、沖縄特有のローカルな文化を全国的に理解してもらうことにもつながったと筆者は考える。

さらに、沖縄の文化を沖縄のメディアだけではなく、全国紙の朝日新聞のメディアを活用して発信できたことで、より全国に届けることができた。

### 3.7 今後の展望

考察から、全国紙が配信した場合、爆発的に読まれ、沖縄のローカルニュースに興味関心を持ってもらえたと考える。ただし、地方紙からの発信が、全国に届けられたかについては、達成されていないと筆者は考える。

また、メディアが制作した「コンテンツ」を通したユーザーとの対話はあったものの、メディアとユーザーが直接対話をする事までには及ばなかった。SNSの活用法が、記事を配信するツールとしてのみで機能しているため、活用法についても今後、再検討する必要がある。

また、インタビューについては、筆者が質問内容を固定していたこともあり、筆者の想定を超えた驚きや新たな知見は出てこなかった。

取材の方針を固めず、流動的な会話の中から生まれるコンテンツ作りも考えなければならない。

## 4. 戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展の実施

本章では、戦後沖縄の白黒写真をカラー化した「写真展」を企画し、リアルな場所とオンライン上での“偶発的”な対話を生むきっかけづくりの実践を行う。

### 4.1 概要と目的

前章では、朝日新聞で発見された戦前の写真をカラー化し、それを元に取り材をしたウェブコンテンツを制作した。その上で、オンライン上で対話を促進する取り組みをした。

また、戦前の写真であれば、沖縄の暮らしぶりが知られておらず、ディスコミュニケーションを産みにくいと想定した。しかしながら、沖縄の戦後は、復興が目まぐるしく進み、本土復帰、米軍基地の返還などもあり、街並みや人々の暮らしは劇的に変わってきた。これも「沖縄特有」の歴史、文化であり、世代や住んでいる地域によっては「知られていない」と捉えられると筆者は考える。

そこで、本章では、沖縄タイムスが保有する戦後のモノクロ写真を展示する「写真展」を企画し、リアルな場所での対話が生まれる機会をつくる。

さらに、色付け技術は、汎用性が高く、読者の興味を引くことが分かっている。そのため、マスコミが所有する写真だけではなく、個人が所有しているモノクロ写真を写真展の会場でカラー化する取り組みも行う。

これら一連の実践から、そこでの対話や来場者から掘り起こされた知見を通したコンテンツを制作し、インターネット上に配信し、どのような対話が生まれるか考察する。

## 4.2 手法

### 4.2.1 写真展の企画

新聞社には、報道写真を中心に、膨大な数の写真が保存されている。

吉田（2018）[33]によると「朝日新聞社には、明治時代以降の歴史的写真約 2,000 万枚があり、デジタル化する作業を進めている」という。

中でも「デジタル化によって、初めて目の目を見て、社会に認識される写真は数多くある。戦前の沖縄の写真も、倉庫の奥深く眠っているままでは、誰にも気づかれず、当時の様子も分からないままだった。過去の災害の生々しい映像が、防災の取り組みに役立つこともある。日本が戦争へ向かう時代の世相から、今こそ学ぶべきことも多い。保存写真の中から、貴重な歴史的資料が発見される可能性もある」と指摘する。

筆者が編集・執筆に携わる沖縄タイムスは終戦の混乱期にあった1948年に創刊された。以降、数えきれないほどの写真を撮影し、保存している。しかしながら、連日の取材で新たに写真が加わり、報道されるため、過去の写真はデジタル化されていない写真を含めると倉庫に眠ったままになっている。

そこで、沖縄タイムスに“眠っている”モノクロ写真を色付けし、写真展で展示する。

また、写真だけでなく、写真に関連した記事も共に掲示し、歴史などを思い起こしてもらおう仕掛けもつくる。（図43）





図 44 カラー写真，モノクロ写真，新聞紙面の会場レイアウト

場所は，筆者が編集・執筆に携わる，那覇市久茂地の沖縄タイムス本社ビルで実施する。

写真展の期日は，沖縄特有の戦後の歴史的日程が集中している，本土復帰の5月15日から慰霊の日の6月23日の間で開催したいと考えた。会場との調整などから，5月23日～27日に開催することとなった。

また，告知は，沖縄タイムス本紙とウェブで記事を掲載する。

#### 4.2.2 モノクロ写真の選定，カラー化

沖縄タイムスに1980年代に入社し，2015年まで写真部でカメラマンとして携わってきた大城弘明氏によれば，1980年台前半まで，カラー写真は高価であったため，モノクロ写真で紙面に掲載してきた経緯があり，カラー写真に変わったのはここ30年ほどであることが分かった。

しかしながら、前項の通り、モノクロ写真の数は膨大である。そこで、沖縄タイムスのオピニオン面にある写真コーナー「あんやたん」に注目した。（あんやたんとは、沖縄の言葉で「そうだった」という意味である。）「あんやたん」では毎日、沖縄タイムスに保存されている過去のモノクロ写真を紹介している。

そこで、あんやたんの写真部担当者に、これまでに記憶に残った写真を数百枚選定してもらうこととした。候補の写真は、図44のように、一覧でまとめ、それを踏まえ、筆者が所属するデジタル部の5人で写真を選ぶ。

前章での写真の選定理由は、沖縄特有の文化が写し出されていること、生活感があること、人が多く写っていること一であった。本章では、これらに加え、読者と「対話」が促されることが想定される写真を選ぶことにした。

当座	写真説明	モノクロデータ	カラー	カラー化・補正済	原画先生から到着	原画・Photo shopでの色補正	カラー印刷	カラーラミネート	モノクロ印刷済	モノクロラミネート	新聞記事	写真説明印刷
t w	人物 放浪の画家・山下清さん	科学でジュリ馬をみる山下清画伯（右から2人目）	196 OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
t w	食 イルカ祭り	名産のイルカ祭り。サバニに乗り、海に入り込んだヒートアップ	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	戦後 ひめゆりの塔	1946年4月に建立されたひめゆりの塔。米軍の爆撃で本	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	戦後 読者プレゼントのポスト	戦後、無からスタートした郵便事業。ポストも米軍の読者ポ	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	社会 ロングスカート流行	婦人の服装もしたいに向上。「銀座カンカン娘」などの歌謡	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	米軍 B52爆撃機	嘉手納基地を離陸するB52。「いのちを守る国民隊決起大	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	スポーツ 甲子園初勝利 涙をぬぐう	西日山形と対戦した奈良高は、4対3で勝ち沖繩勢の甲子園	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	人物 ヘレン・ケラーさんと女児	「沖縄の小さなヘレン・ケラー」といわれる仲井間栄子さん	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
*	社会 首里の門中屋 1961.4.	清閑の基盤でにぎわう那覇市首里の門中屋。学事奨励会も	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
t w	スポーツ 島根県選抜バレー	WBA世界ジュニアフライ級・島根県選抜高。岡ライト級・上	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
*	社会 サバで釣ってます	宮古で捕えられ那覇に運ばれてきたサバ280羽。国際通	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	スポーツ 首里高校甲子園初勝利 国際電	「国際電報」を通じ、沖縄のファンに日山形戦の勝利の喜	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	子どもたち わちや 1969.12.2	クリスマスのわちやに子どもたちはくぎ付け。目当ての人	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	なし	OK
t w	子どもたち 赤ちゃんコンクール	那覇市の児童会館であった赤ちゃんコンクール表彰式。すく	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	米軍 コザ騒動	コザ騒動（騒動）事件。米兵車両の事故処理をめぐる住民と	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	風景 海中道路	政府払い下げのブルドーザー1台を頼りに、農民の力を結集	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	子どもたち 波の上プール	波の上プールでの水泳教室。はしゃぐ子どもたちの笑顔が	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
t w	米軍 モンパチジャケット 全軍男	全軍男2万人が全面24時間ストライキに突入。ゲート前で	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
*	社会 正月のしめ縄作り	正月のしめ縄作り。年の瀬の街は新年の準備を急ぐ買物	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK
t w	子どもたち 紙芝居屋さん	独特の声色とせりふ回しの紙芝居にくぎ付けの子どもたち	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	戦後 闘牛場で闘闘する女性	テントを張った闘闘場。地面に並べられた箱。この箱	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
*	戦後 おしい王立	明日へ生きる。セロからのスタートをたくましく生き抜く	OK	OK	OK	OK	*			OK	済○	OK
t w	スポーツ 力道山とアントニオ猪木	那覇空港で歓迎される力道山（中央）らプロレスの一行。中	OK	OK	OK	OK	*		OK	OK	済○	OK

図 45 カラー化候補に上がったモノクロ写真の表記

写真の内容の幅が広く、「戦後」「食」「米軍」「子どもたち」「スポーツ」「人物」「社会」のジャンルに分けた。

読者の興味引くため、インパクトのある有名人の写真も展示することにした。放浪の画家「裸の大将」こと山下清さんや「奇跡の人」ヘレン・ケラーさん、国民的英雄となったプロレスラーの力道山さんらが戦後、沖縄を訪れていた写真である。



その中から、会場の大きさの兼ね合いもあり、ジャンルも偏らないような形で約80枚を選び、カラー化を試みた。（図45）



図 46 選定したモノクロ写真をカラー化した（筆者のグーグルフォトから一部抜粋）

#### 4.2.3 個人所有のモノクロ写真のカラー化

写真展には、個人が所有する白黒写真を持参してもらい、その場でカラー化する試みをするブースを設置する。写真展を見にくるだけではなく、来場者も色付けの技術の工程を目の当たりにすることにより、さらに共感を呼ぶコンテンツとして際立たせるためである。これは、飯塚らの開発した AI は、扱いが簡単で、非エンジニアでも操作することができると可能となる。

一方で、次のような狙いもある。

従来のメディアは、メディア側が選別した情報を読者に発信してきた。特に、政治や経済など公的な情報を扱う。それに対し、個人所有の写真についてメディア側が扱い、メディア側から対話を促し、発信することは、社会的な影響のある内容を除いてインタビューすることはない。



上述した技術で新聞社の写真展でカラー化することにより、メディアと読者の対話を促進することにつながると考える。

また、許可が得られたものについては、ソーシャル上で紹介し、個人の写真を通してどのような対話が生まれるか考察する。

#### 4.2.4 インタビューとクロスメディアでの発信

写真展での対話から、新たな知見が生まれた場合、来場者にインタビューを行い、当時のことについてコンテンツにまとめることとする。

また、個人の写真がソーシャルメディア上で対話が生まれた場合も同様である。

コンテンツは、写真とテキストで構成する。しかしながら、対話が生まれるかどうかでコンテンツの数は決まる。

コンテンツは、「沖縄タイムス」、ウェブ版の「沖縄タイムス+プラス」で配信する。いずれもミドルメディアでも配信される仕組みになっている。

### 4.3 結果

#### 4.3.1 写真展の反応について

写真展は、毎日、午前9時から午後6時まで開催。写真展には、5日間で2300人以上が来場した。（図46）

会場は、写真を掲示したパネルとパネルの間に3～4人が入るものの、写真をじっくりと見る来場者が多く、常時、人が溢れている状態だった。

来場者の多くは、60代以上が多かった。

会場周辺にあるデイサービス（通所介護施設）の入所者は、20人ほどで毎日訪れた。

また、沖縄県内の地元のテレビ局、沖縄テレビ、琉球朝日放送、琉球放送の3局が写真展について、取材、報道した。ラジオ局も取り上げた。



図 47 写真展の様子

会場では、写真を指差しながら当時の出来事を話し込む様子が見られた。

以下は、会場での対話の抜粋である。

#### 1. 仲宗根弘さん

1958年夏の全国高校野球選手権大会において、沖縄県代表が初出場した。写真展の写真には、甲子園球場で選手宣誓した写真をカラー化したものもあった。

その写真に映るのが、仲宗根弘さん（78歳）で、展示会に来場した。（図47）

仲宗根さんは自らの顔色が白黒から肌色に変化した写真が自分であることを記者に名乗り出た。「若いねー。球児の憧れの場所に行けた私は幸せ。写真を見ると思い出しますね」

長女の前川三奈さん（43歳）も共に来場した。

「カラー写真になることで、若い世代は写真の出来事を身近に感じられるはず。父の歴史を子に伝えることができる」と話した。

翌日、当時、甲子園に出場したメンバーと共に再び会場を訪れた。



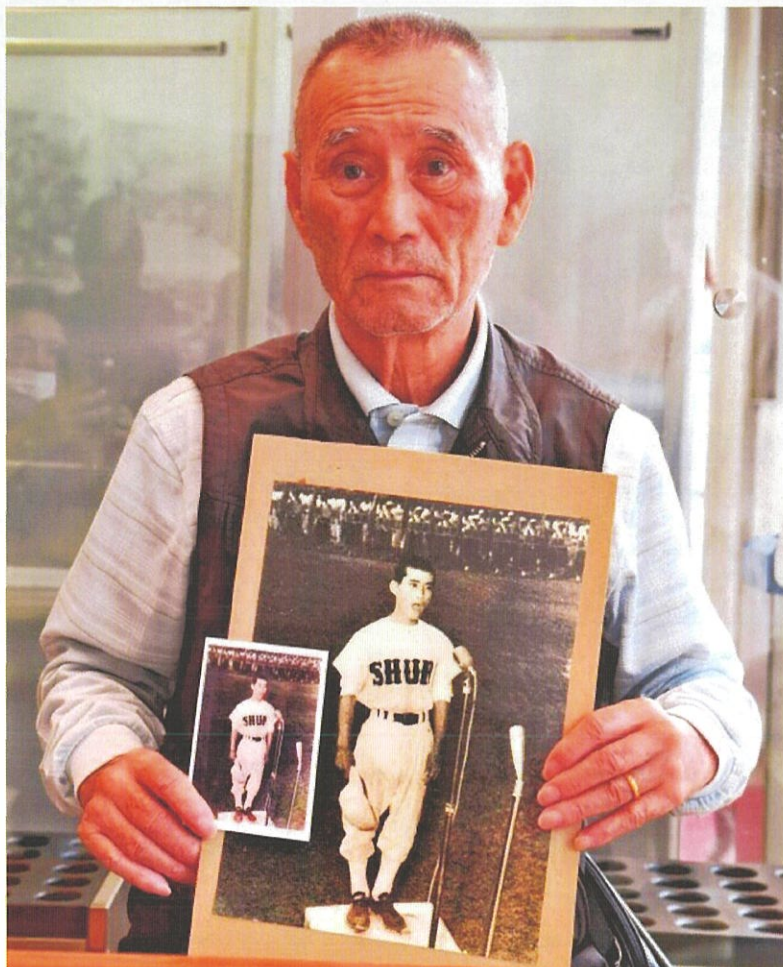


図 48 甲子園球場で選手宣誓をする仲宗根弘さん

## 2. 國吉倖明さん

写真展の運営スタッフとして巡回していた筆者は、「見てほしい写真がある」と那覇市の國吉倖明さん（70歳）に話しかけられた。

1981年に撮影された「農連市場の強制撤去」の写真だった。





図 49 1981年に撮影された「農連市場の強制撤去」のカラー化写真

國吉さんは、「奥に当時の僕が写っている。確か，組合で農連のおばさんたちの支援に行ったと記憶している。色がついたことで，自分の顔がはっきり見える。まさか，写っているとは。機動隊に引っ張られたけど，おばさんたちが引っ張り出してくれた思い出が残っている」と語った。

### 3. 枝川敏夫さん

南風原町の枝川敏夫さん（68）は、1964年，塩屋大橋を渡る東京五輪聖火リレーの写真の前で，筆者に当時のことを語った。



図 50 枝川敏夫さん、東京五輪聖火リレーの写真の前で

「当時は、国頭中学3年生だった。友人と橋の対岸にある港からランナーを応援した。まさに、このような様子だった。懐かしい。カラーの写真になると煙の色がはっきり出ている。記憶している色合いととても近い。当時が鮮やかによみがえった」

#### 4.3.2 個人のモノクロ写真のカラー化における反応について

個人所有の白黒写真は、1日100人以上からカラー化の依頼があった。カラー化には、筆者をはじめ、沖縄タイムスのデジタル部10人の協力を得た。

カラー化した写真の枚数は、5日間で約700枚に上った。(図50)

写真は、両親や祖父母、親戚が写った家族の写真が多く、結婚式、入学式など行事に合わせた写真がほとんどだった。また、軍服姿で撮影された写真も数多く見られた。



4	子どもたちの小さい頃	毎年、年賀状を子どもたちの写真で送っていたので、友人からも子
5	母親	大正8年生まれの母が大切に花嫁衣装の華やかさが楽しみ
6	子の写真	子どもたちも、それぞれ独立し、幼少の思い出として
7	家族写真	祖父母との1枚の写真です。
8	高校時代	卒業前の集合写真を撮るということで今はない校門の前でうつした
9		
10		
11		
12	母の婚礼記念写真	結婚記念日がクリスマスイブであ今年で90歳を迎える母にプレゼ
13	60年前の家族写真	
14	家族の戦前の写真です。	私は戦後生まれで亡くなった兄や初日にもカラーにしたのですが、
15	祖父の自宅にて	
16	祖母の結婚式	91歳になるおばあちゃんのハレ姿に色付けしたい
17	本人の友人との写真	若い頃よく飲みに行ったお店ですが今はもうありません。
18	父の若かりし頃の写真	私が生まれる一年前の父の顔がみたいです
19	父親が初めて県外に出て会社の方と写した写真	
20	祖父母の古希祝い	四姉妹の内、三姉妹の着物を祖母が買ってくれてうれしかった唯一
21	妻と義兄	店頭に置かれていたケロヨンと毎日遊んでいた思い出があります
22	祖母の家で、祖母と私といとご親に怒られるといつもおばーの部屋ににげてました。やさしくて、	

図 51 持ち込まれた個人写真の情報一覧（筆者のスプレッドシート一部抜粋）

#### 4.3.2.1 個人との対話

会場に持ち込まれた写真の中から、記者と対話が生まれた内容については主に次の通りである。

##### （1）喜友名達郎さん

喜友名達郎さん（37歳）は、額に入った祖父の遺影を来場者に見えるように両手で持ち、展示会場に来場した。（図51）

「祖父の写真は一枚しかない。今回の写真展を知り、実家に飾ってあった祖父の遺影を持参した。両親から聞いた話としては、祖父のセイコウは南大東島に住んでいた。両親が結納することになり、父親は結納用の着物を抱えて島に渡り、それを着させて撮った写真なのでは」と説明した。





図 52 遺影を手に来場した喜友名達郎さん

モノクロ写真がカラー化された写真を受け取ると、

「これはすごい、感動です。父にそっくりです。背景がサトウキビ畑だったこともあらためて知った。自宅に大切に飾ります。モノクロの世界を知らない子どもたちにもこの技術をぜひ見てほしい」と話した。

(2) 69歳、女性（氏名、非公表）

69歳の女性は、展示会を訪れ、展示されている写真と自身が所有している写真について、「山下清さん本人だ。間違いなし」と確信し、記者に話しかけた。

女性が持つ写真は、縦7センチ、横10センチの小さなモノクロ写真だった。（図52）「裸の大将」こと画家の山下清さんと4人の少女が収まっていた。



図 53 山下清さん（後列右）と女性（同左）の姉妹との記念写真

「写っているのは、小さい頃の私と妹たち。今は91歳の父が撮影したものです。裏面に「1960・4 山下清と共に 於自宅」と手書きされて、自宅のアルバムに保存されていました。当時のことをよく覚えていなかったのですが、どうしてあの有名な山下さんが自宅に来たのか分からず、写真を見るたびに本当なのか疑っていました。でも、写真展開催を知らせる紙面で、1960年4月、那覇市の料亭でジュリ馬を鑑賞する山下さんの写真が掲載されていました。そこで、写真の日付と同じ年に那覇に来ていたことがはっきりしたので、本当に山下さんだったんだと驚きました。」

さっそくカラー化をするために、写真展を訪れたという。色がついた写真について

「白黒よりも表情がよく分かります。私、うれしそうにほほえんでいますね。8年ほど前から父に認知症の症状が出始めています。当時を尋ねても『覚えていない』と繰り返しています。このカラー写真を見せたら記憶がよみがえるかもしれません。父の入所する老人ホームに持っていきます」

### （3）上原典子さん

那覇市の上原典子さん（64）は、母親の花嫁写真のカラー化を申し出た。（図53）

写真は94歳で他界した母富美子さんが20代の頃、パラオで挙式した際、結婚式当日に撮影されたもの。

「生涯大切にしていましました。着物や洋服などのおしゃれが大好きで、戦前の銀座を歩いたこともあると話していました。生きていた頃、写真に写る着物が何色だったかを気にしていたため、色を見たいと思って来ました」

「色彩を取り戻した写真は鮮明で、帯の柄まで分かります。とてもきれいで、幸せそうです。女性として最も幸せな瞬間だったと思います。亡くなった父（信繁さん）が、いつも夕食時に、母が一番きれいだったと言っていました。この写真を持って、実家に行き、2人の姉と弟に母の写真を見せたいと思います。」





図 54 上原典子さんの母親の写真

#### 4.3.2.2 SNS での対話

個人の許可を得られた写真について、モノクロ写真とカラー化写真の2枚を沖縄タイムスのフェイスブックと Twitter の SNS で公開した。

SNS には、写真と共に、所有者の写真に対する思いも書き込んだ。（図 5 4）

次がその一例である。

「家族の戦前の写真。私は戦後生まれで亡くなった兄や姉が今生きていたらどんなにか良かっただろうと思います。男の子は亡くなって今は姉妹6人が残っています。」（那覇市、Kさん）<sup>19</sup>



図 55 那覇市のKさんが持ち込んだ家族写真

その中でも次の投稿は（図56）、Twitterに複数のコメントがついた。

投稿は、2018年6月4日に行った。<sup>20</sup>

書き込んだ内容は、

「『店頭に置かれていたケロヨンと毎日遊んでいた思い出があります』（浦添市Sさん）

写真展「カラーでもっとあんやたん AIで振り返る戦後沖縄の風景」で、ニューラルネ

<sup>19</sup> <https://twitter.com/theokinawatimes/status/1002452897567608832>

<sup>20</sup> <https://twitter.com/theokinawatimes/status/1003564596072873984>



ットワークで色付けした1枚。会場に持参いただいた写真の中から、公開の承諾を得た写真を発信しています。」である。

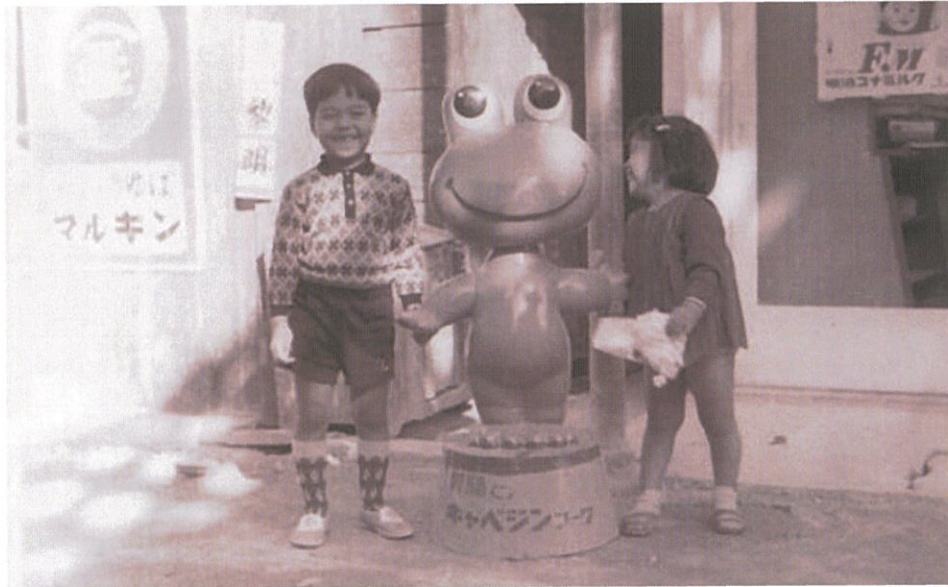


図 56 那覇市のKさんが持ち込んだ家族写真



沖縄タイムス @theokinawatimes · 2018年6月4日

「店頭に置かれていたケロヨンと毎日遊んでいた思い出があります」（浦添市Sさん）

写真展「カラーでもっとあんやたん AIで振り返る戦後沖縄の風景」で、ニューラルネットワークで色付けした1枚。

会場に持参いただいた写真の中から、公開の承諾を得た写真を発信しています。



4 53 107

図 57 図55の浦添市Sさんが持ち込んだケロヨンとの写真をカラー化し、投稿した



投稿後、次のようなコメントが書き込まれた。（図 57）



図 58 ユーザーからのコメント

最初のコメント、「ニューラルネットワークだと、カエルの黄緑色はまだ肌色としてしか再現できないんですね。ちなみに、写真のケロちゃん（興和のキャラクター）はケロヨン（木馬座アワーの着ぐるみ）とは別のキャラクター」

ユーザーは、（１）着色された色が実際とは異なる可能性があること、（２）写真に写るキャラクターが「ケロヨン」だとした投稿について、ケロヨンではなく、製薬会社の興和のキャラクターである一と指摘している。

翌日の６月５日、ケロヨンの公式 Twitter が次のように書き込んだ。

「そう、「ケロヨン」はぼくのこと！  
この時代のコーワのカエルさんには、名前がなかったんだ。  
今は「店頭カエル」さんと呼ばれているみたいだよ。  
その後、コーワさんは女の子と男の子のカエルのキャラクターを作った。女の子の方が「ケロちゃん」。  
この写真のカエルさんとは、デザインが違うんだ。」

ケロヨン自身も、写真に写るカエルは、興和のキャラクターであることを指摘した。

また、（図５７）には、「うわあ！ ケロヨンだ」「子供のころの楽しい時間をありがとう！」といったコメントや「AIはサトちゃんと間違えたのではないのでしょうか？」という書き込みもあった。サトチャンは、製薬会社佐藤製薬のキャラクターで、写真のようにオレンジ色をしている。

図５７の翌日、６月６日、興和のキャラクター「ケロチャンコロチャン【公式】」から、沖縄タイムスの Twitter に写真とコメントの書き込んでいた。（図５８）

「こんにちは！一番最初の店頭カエルはこんな色だったんだケロ！  
沖縄タイムスさんのおかげでとっても貴重な写真が見られてケロちゃんコロちゃんもうれしいケロ！これからもこうやってみんなのそばにいたいな♪」

Twitter には、図 5 6 の写真が撮影された時期の「店頭カエル」を写真で提示してくれた。オレンジ色ではなく、緑色だったことが分かる。

また、「貴重な写真」であることや、キャラクターの嬉しい感想が盛り込まれた。



図 59 ケロちゃんコロちゃんの手書き込み

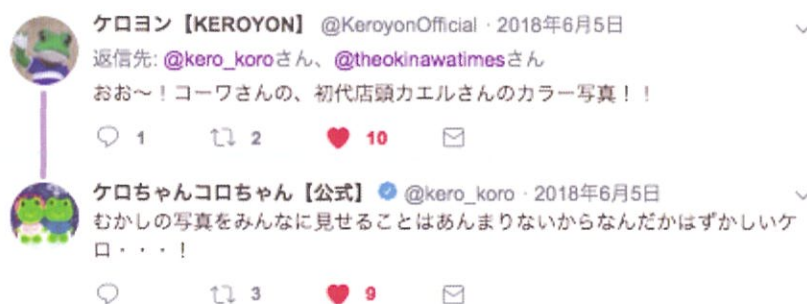


図 60 ケロヨンとケロちゃんコロちゃんも Twitter 上で対話をした



#### 4.4 制作したコンテンツとユーザーの評価と分析

4.3.2.1 で述べた個人との対話に基づいて、コンテンツを制作した。また、新聞に掲載し、インターネットでも配信した。しかしながら、これらについては、それ以上の対話は生まれなかった。SNS でもシェアはされなかった。

SNS での対話を重ねた 4.3.2.2 の図 5 6 について、一連のやりとりをコンテンツにまとめ、2018 年 6 月 10 日、インターネットで配信した<sup>21</sup> (図 6 0)。コンテンツは、写真に写るカエルは、ケロヨンではなかったこと、色も異なっていたことを綴った。見出しは、「AI も記者も間違えた ケロヨンが教えてくれた“本当”の色とは？」とした。

また、コンテンツを制作するにあたり、筆者は、公式の配信元である「ケロヨン」の所属企業「ホリプロ」と「ケロちゃんコロちゃん」の配信元である製薬会社「興和」に電話で連絡し、画像使用についての許可を取った。

---

<sup>21</sup> <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/26433>

## A I も記者も間違えた ケロヨンが教えてくれた“本当”の色とは？

2018年6月10日 12:00

5月末、沖縄タイムスで開催した写真展「カラーでもっとあんやたん AIで振り返る戦後沖縄の風景」。そこに持ち込まれた1枚のモノクロ写真。ケロヨンを囲んで楽しそうに笑う男の子と女の子の姿がある。

持ち主は浦添市のSさんだ。「写るのは妻と義兄。店頭に置かれていたケロヨンと毎日遊んでいた思い出があります」とのこと。



図 61 制作したコンテンツ「AI も記者も間違えた ケロヨンが教えてくれた“本当”の色とは？」(引用元 [34])

会員制交流サイト「LINE」での配信では、16924PV、Facebook では139シェアされた。また、Twitter では、次のような反応が見られた。

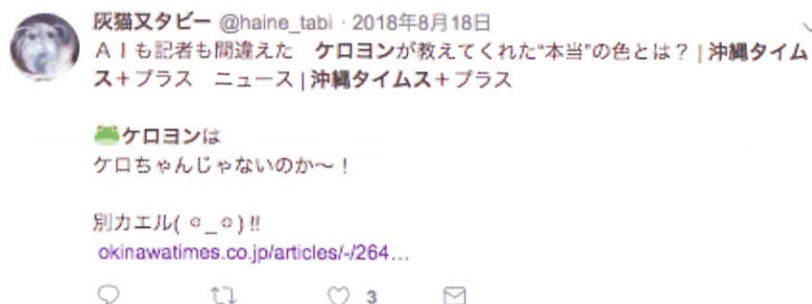


図 62 ユーザーの反応 1

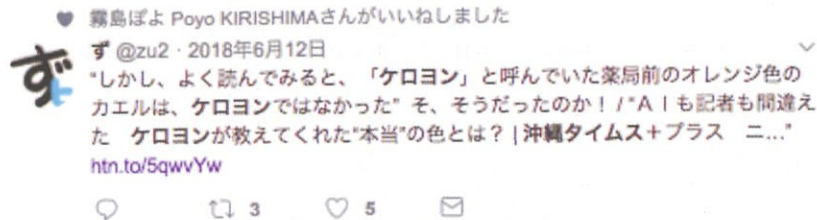


図 63 ユーザーの反応 2

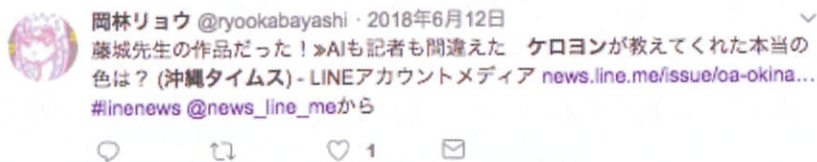


図 64 ユーザーの反応 3

図 6 1, 6 2, 6 3 については、写真に写るカエルの置物の正体について興味を持った反応だった。「ケロヨン」だと思い込んでいたところ、事実と違ったためのつぶやきである。しかしながら、筆者自身もユーザーと同様、ケロヨンだと思い込んでいた。書き手の反応は、読者に自ずと伝わり、追体験できるものであるのではないかと筆者は推測する。

これらは、SNS での偶発的な対話の中から生まれた事実であり、手法は妥当であったと筆者は考える。

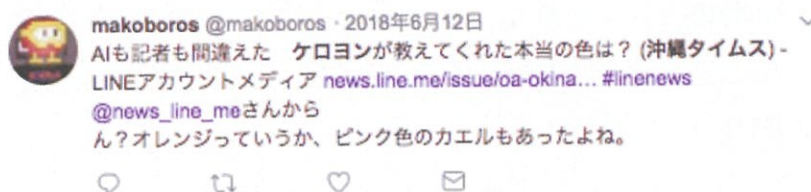


図 65 ユーザーの反応 4



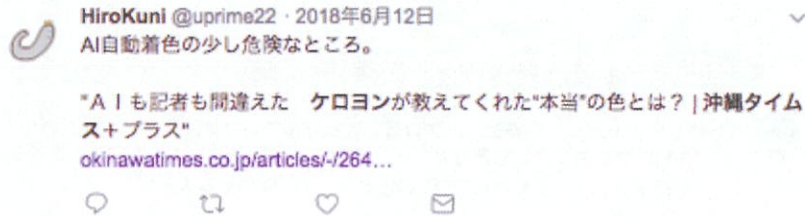


図 66 ユーザーの反応 5

図 6 4 と図 6 5 は、色についての反応だった。図 6 4 のピンク色のカエルについては、図 5 4 にもあった通り、製菓会社のごとにキャラクターは複数あり、正確に記憶されていないキャラクターがあると推測される。

図 6 5 は、第 2 章の課題でも述べたが、今回使用した AI は、機械や地方特有の服などの人工物について学んでいない可能性があるため、なんとなく「セピア調」につける傾向があることを指摘してくれたコメントである。課題を踏まえた上で、「AI も記者も間違えた」と見出しに盛り込んだ。また、これら是对話を元に、新たな「色」が判明させ、知見を提供し、さらなる対話が生まれている。これは、方針の 1 つであり、対話が促進された例だと筆者は考える。

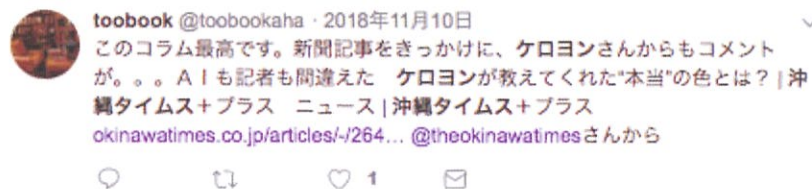


図 67 ユーザーの反応 6

図 6 6 は、新聞記事をきっかけに、ケロヨンからもコメントがきたと記載されている。これは、メディアと読者が対話をしたことを認識してくれており、さらに「コラム最高です」と感想が述べられている。



沖縄タイムス @theokinawatimes · 2018年6月5日

これが“ほんとう”の色だったんだケロ！

@KERO\_KORO ちゃん、@KeroyonOfficial のおかげです。

#カエルの日 にほっこり



ケロちゃんコロちゃん【公式】 @kero\_koro

返信先: @theokinawatimesさん、@KeroyonOfficialさん

こんにちは！一番最初の店頭カエルはこんな色だったんだケロ！

沖縄タイムスさんのおかげでとっても貴重な写真が見られてケロちゃんコロちゃんもうれしいケロ！こ...

1 6 14



ウチナーコンボイ@沖縄那覇

@Uchina\_Optimus

フォローする

返信先: @theokinawatimesさん、@kero\_koroさん、@KeroyonOfficialさん

タイムスさんとケロヨンさん、ケロちゃんコロちゃんのやりとりにもほっこりしました  
♪(中の方、GJ!!!)

22:44 - 2018年6月5日

1件のリツイート 3件のいいね



1 1 3



返信をツイート



ケロヨン [KEROYON] @KeroyonOfficial · 2018年6月5日

返信先: @Uchina\_Optimusさん、@theokinawatimesさん、@kero\_koroさん

コーワの店頭カエルさんや、ケロちゃんコロちゃんの名前を「ケロヨン」と勘違いしてる人がとても多いからさ〜、コーワのカエルさんについて説明するうちに、ぼくも詳しくなっちゃったんだ。

3 5

図 68 ユーザーらとのやりとり

さらに、図67のように、メディアがソーシャルメディアで「感想」「思い」を発信すると、メディアがユーザーと繋がり、可視化された対話を見たユーザーがさらに対話にコミットしてくれるという流れが生まれた。

#### 4.5 本章の結論

写真展の実施は、報道写真を見ることで、個人の思い出が蘇り、記者に語りかける様子が見られた。さらに、その話を元に、コンテンツとして制作することができた。

個人写真のカラー化の取り組みは、個人それぞれの心の中で、今は亡き人たちとの対話も生まれたと考える。

また、個人の写真を通して、SNSで前向きな対話を促すことができた。メディアがSNSを「コンテンツ」の配信ツールとしてだけではなく、中の人が発信したことでも対話を進めていく上で重要であった。

また、「正しい」と思い込んでいたことと事実が異なった場合、ツイッターに書き込みをする傾向が見られた。この場合、対話が進むため、ディスコミュニケーションは生まれなかった。

以上から、AIを活用し、モノクロ写真をカラー化した写真を活用した写真展については、メディアと読者が対話をする機会としては有効であった。

#### 4.6 今後の展望

本章での対話の促進の特徴は2つに分けられる。

写真展が、写真が撮影されたその土地で開催されたことにある。展示会には、その土地に地元で暮らす人たちが訪れた。そのため、個人の持つ社会的背景の相違は生まれにくく、そもそもディスコミュニケーションは発生しにくい。元々、沖縄のニュースに馴染みのある人たちとの対話は、当時を振り返り、記憶が蘇る点に特徴があった。

そこで生まれた対話から制作したコンテンツがSNSで広がらなかったのは、個人的な出来事に焦点を絞りすぎた可能性がある。



一方で、SNS で対話が進んだ写真は、沖縄特有の事象が写るものではなかった。「ケロヨン」という全国的にも認識されているキャラクターを通して、対話は進んでいった。全国的に読まれる記事にはなったものの、沖縄特有のコンテンツ、写真を扱えた訳ではない。ただし、沖縄の新聞社が本章で述べた取り組みをしていることは認識してもらえたと考える。

よって、今後は、地域に根ざした個人的な出来事のコンテンツは、全国的に認識されているワードや事象を盛り込む必要もあると考える。

さらには、報道においたマスコミの取材に基づいた「正しい」事実のみを伝える場合がジャーナリズムの基本であるが、「思い込んでいた」ことが裏切られた場合、対話が進むことが分かった。読者の目線で、分からないことを解き明かしていくストーリー性を持ったコンテンツであれば、ニュースに興味・関心を持ってもらえる可能性がある。今後、報道の新しいあり方を模索する時期がくるのではないかと筆者は推測する。

## 5. まとめ

本章では、本研究の結論及び研究成果の意義、今後の課題と展望について述べる

### 5.1 本研究の結論

本研究の目的は、幅広い読者に筆者が拠点を置く沖縄のローカルニュースに興味・関心を持ってもらうことを目指し、メディアと読者の対話を促すコンテンツを制作することであった。

そのため、「戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ」と「戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展を元にしたコンテンツ」を制作した。

「戦前の沖縄の写真を活用したコンテンツ」では、AIを活用し、沖縄のモノクロ写真をカラー化し、それを元にした取材は、新たな知見を掘り起こした。カラー化した写真については、当時を生きた被取材者が、写真に写る人たちやモノと「対話」をすることで、当時の記憶を蘇らせることにも成功した。

沖縄の文化が写り込む写真を活用したことで、沖縄特有のローカルな文化を全国的に理解してもらうことにもつながった。

沖縄のメディアだけではなく、全国紙の朝日新聞のメディアも活用し、クロスメディアで発信できたことで、より全国に届けることができた。

「戦後沖縄の白黒写真をカラー化した写真展を元にしたコンテンツ」では、写真展の開催によって、個人の思い出が蘇り、その話を元に、コンテンツとして制作することができた。

また、個人の写真を通して、メディアがSNSを「コンテンツ」の配信ツールとしてだけでなく、中の人が思いを発信したことで前向きな対話を促すことができた。

個人写真のカラー化の取り組みについては、今を生きる人たちと今は亡き人たちとの対話も生まれていた。

以上から、AIを活用し、モノクロ写真をカラー化した写真を活用した写真展については、メディアと読者が対話をする機会としては有効であった。

また、活用したAI技術について、「正確」な着色がなされないとの課題はあったものの、

むしろ「正確」でないことが、人との対話を生み出し、新たな知見をもたらした要因にもなった。

本研究の貢献は、幅広い読者に筆者が拠点を置く沖縄のローカルニュースに興味・関心を持ってもらうことを目指してコンテンツを制作し、その有効性を示したことである。

本研究の表現手法は、ニュースが読まれる媒体がメディアからネットに移行している現状において、メディアと読者の対話を促す一助となると考えられる。

## 5.2 今後の課題と展望

### 5.2.1 本研究について

新聞の購読者数が減少し、ニュースが読まれるメディアがネットに移行している昨今において、ニュースに興味・関心を持ってもらうためにネット上で展開する手法をさらに検討していく必要がある。本研究では、戦前、戦後の沖縄の写真について、モノクロ写真のカラー化技術を使い、興味関心を引いたが、全国各地で取り組める試みであり、地域にとっても新たな知見が生み出され、全国に届くツールになることが期待できる。

また、モノクロ写真のカラー化技術以外にも、記者が汎用性高く活用できる技術について調査、整理し、コンテンツの制作手法として検討していく必要があると考えられる。どの程度の技術であれば、活用できるのか、必要な表現方法は何か、費用はどの程度か、考查すべきだろう。

発信の点においては、地方紙だけで発信するよりも、全国紙との協力で、より全国に届きやすくなることが分かった。クロスメディアで発信できるよう、新聞社やネットメディアが直接連携することについても検討する必要がある。

### 5.2.2 コンテンツを通して対話を促す仕掛け作りについて

インターネット時代において、マスメディアとソーシャルメディアの関わり合いについて、再考する必要があると考える。



ソーシャルメディアの登場で双方向のやり取りができるようになり、本研究では、対話が進むと新たな知見を元にコンテンツが制作でき、読者に興味関心を持ってもらえることも分かった。

しかしながら、対話をするためには、次の課題について検討しなければならない。

#### (1) 個人情報の扱い

個人の写真をマスメディアが集め、SNS で配信するには、個人情報の保護の観点から許可を丁寧にとることが必要である。筆者は本研究において、一人一人に誓約書を書いてもらう手法を取った。だが、記者が個別に対応し、何百枚もの写真を管理することは、作業量を考えてもハードルが高い取り組みである。メディア間で議論されるべきことであるとする。

#### (2) ソーシャルメディアの信頼性

ソーシャルメディアの情報は、玉石混合である。2016年の熊本地震では、熊本の動物園からライオンが逃げ出したというデマが Twitter で拡散された [35]。匿名性の高いネットの情報を鵜呑みにし、メディアが発信してしまうと、嘘が広まり、民主主義の崩壊にも繋がりかねない。

Twitter であれば「公式」のアカウントであるか、直接電話などで問い合わせ、確認しなければならない。記者がネットリテラシーを十分に身につけて置く必要がある。

メディアが利用されないことに注意を払わなければならない。

これらのことから、マスメディアという会社組織が、Twitter での「対話」を許可するかどうかという課題もある。

これまで守ってきたメディアとメディアが当たった被取材者の対話との取材手法も大切である、

ただし、個人情報を守る範囲であれば、対話ができるツールを活用し、ユーザーと対話しながらコンテンツを制作する「開かれた手法」を試みる時代にきているのではないだろうか。

ウェブ上でのコンテンツのあり方については、まだ議論の途上である。メディアの意図した視点で作られる「定型の」コンテンツよりも、共感を得ながら紆余曲折、偶発的に生まれたコンテンツの方が、ディスコミュニケーションが生まれにくく、興味関心を得ることができるのかもしれない。

## 謝辞

本研究を進めるにあたり、ご指導、助言をいただいた渡邊英徳先生に感謝の意を表します。また、楠見清先生、今間俊博先生にもご助言いただくと共に、細部にわたるご指導をいただきました。ありがとうございました。

戦前の写真を活用させていただいた朝日新聞社様、制作したコンテンツを掲載していただいた with news の編集長・奥山晶二郎様に感謝いたします。

戦後の写真の活用と写真展の開催については、筆者が所属する沖縄タイムス社やスタッフの皆さまにお礼申し上げます。

また、社会人として働く筆者を受け入れてくださった首都大学東京をはじめ、共に学んだ学生みなさんに生活面からも支えていただきました。

そして、学び直すにあたり、1年間休職を認めてくれた会社と、沖縄から送り出し、支えてくれた夫、家族、友人たちに心から感謝します。

## 参考文献

- [1] 日本新聞協会, “新聞の発行部数と世帯数の推移,” : <https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>.
- [2] 総務省 平成 28 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書.
- [3] 総務省 平成 29 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書.
- [4] 藤代裕之, ネットメディア覇権戦争 偽ニュースはなぜ生まれたか, 光文社新書, 2017.
- [5] 藤代裕之, 木村昭悟, 一戸信哉, 伊藤儀雄, 山口 浩, 西田亮介, 工藤郁子, 小笠原伸, 新志有裕, 小林啓倫, 生貝直人, 五十嵐悠紀, ソーシャルメディア論 つなかりを再設計する, 2016.
- [6] 藤代裕之, “WEBRONZA,” 朝日新聞,: [https://webronza.asahi.com/photo/photo.html?photo=/S2010/upload/2016121200011\\_1.jpg](https://webronza.asahi.com/photo/photo.html?photo=/S2010/upload/2016121200011_1.jpg).
- [7] 小池保夫, “全国紙と地方紙の普及構造 地方における新聞普及の類型,” *新聞学評論* 31(0), pp. 55-71, 1982.
- [8] 日本新聞協会, “新聞協会会員,” 1122018.: <https://www.pressnet.or.jp/member/>.
- [9] 畑中哲夫, “地域ジャーナリズム コミュニティとメディアを結びなおす,” 勁草書房, 2014, p. 95.
- [10] Yahoo! JAPAN, “ニュース 地域カテゴリ,” : <https://news.yahoo.co.jp/ranking/access?ty=t&c=loc>.
- [11] 沖縄タイムス, “グソー正月 先祖に願い,” 2422016.
- [12] 沖縄タイムス, 2422016.: 沖縄“あの世”の正月 墓前に親族集い、安泰願う.
- [13] 沖縄タイムス, “高校生ラッパーが語彙を磨くためにやってること 最後の選手権へ気合十分,” : <https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20190122-00374923-okinawat-oki>.
- [14] 日本ジャーナリスト教育センター,: <http://jcej.hatenablog.com/entry/2017/01/29/110558>.



- [15] 朝日新聞, “築地 時代の台所,” : <https://www.asahi.com/special/tsukiji/>.
- [16] 日本経済新聞, “データディスカバリー,” : <https://www.asahi.com/special/tsukiji/>.
- [17] 読売新聞, “検証 戦争責任,” : <https://www.yomiuri.co.jp/special/70yrs/#>.
- [18] 西日本新聞, “熊本地震 IT で「見る」現場,” : <http://qbiz.jp/article/99979/1/>.
- [19] 首都大学東京渡邊英徳研究室、GIS 沖縄研究室、沖縄タイムス, “沖縄戦デジタルアーカイブ,” : <http://okinawa.mapping.jp/>.
- [20] E. S.-S. H. I. Satoshi Iizuka, ““Let there be Color!: Joint End-to-end Learning of Global and Local Image Priors for Automatic Image Colorization with Simultaneous Classification. “,” ACM Transaction on Graphics (Proc. of SIGGRAPH) Vol. 35, No. 4, , 2016, p. #110.
- [21] 朝日新聞, “沖縄 1935,” : <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/>.
- [22] 渡邊英徳, “「記憶の解凍」 資料の“フロー”化とコミュニケーションの創発による記憶の継承,” 立命館大学国際平和ミュージアム紀要 第19号.
- [23] 朝日新聞, “沖縄 1935 那覇市場,” : <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/image.html?173>.
- [24] 朝日新聞, “沖縄 1935 傘を差すセーラー服の女学生,” : <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/image.html?204>.
- [25] 沖縄タイムス, “沖縄の情景 色吹く,” 23 6 2017.
- [26] 沖縄タイムス, “赤瓦や青い海 鮮やか,” 23 6 2017.
- [27] 市川重治, 南島針突紀行 沖縄婦人の入れ墨を見る, 那覇出版社, 1983.
- [28] 朝日新聞, “沖縄 1935 那覇市場の人々,” : <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/image.html?171>.
- [29] 朝日新聞, “沖縄 1935 傘を差すセーラー服の女学生 2,” : <http://www.asahi.com/special/okinawa/oldphoto/image.html?205>.
- [30] 沖縄県立第三高等女学校, “同窓会誌”.
- [31] withnews, “AI でよみがえる… 82 年前の沖縄の「記憶」 戦前の写真をカラー化,” : <https://withnews.jp/article/f0180120003qq0000000000000000G00110701qq000016106A>.
- [32] 沖縄タイムス, “幻のセーラー服、謎の雨カップ 色鮮やかによみがえる戦前の沖

縄,” : <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/223737>.

- [33] 吉田 耕一郎, “朝日新聞フォトアーカイブ -写真のデジタル化と外販事業について-,” デジタルアーカイブ学会誌, 2018.
- [34] 沖縄タイムス, “AI も記者も間違えた ケロヨンが教えてくれた“本当”の色とは,” : <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/264338>.
- [35] The Huffington Post, “「ライオンが逃げ出した」「川内原発で火事」Twitter でデマ拡散【熊本地震】,” The Huffington Post, 11 4 2016.: [https://www.huffingtonpost.jp/2016/04/15/kumakoto-earthquake-dema-tweet\\_n\\_9700622.html](https://www.huffingtonpost.jp/2016/04/15/kumakoto-earthquake-dema-tweet_n_9700622.html).
- [36] Yahoo!ニュース, “次世代のジャーナリズムってなんだ!?——「ジャーナリズム・イノベーション・アワード」に行ってきた,” : [https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej\\_award\\_20150124.html](https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/jcej_award_20150124.html).